

**ANALISIS PENGARUH CIRI KHAS RASA, HARGA, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN**  
(Studi Kasus Miedes Bu Yanti Di Pundong)

**ARTIKEL**



Oleh:  
**CHANDRA ERFIANA**  
13133200104

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA  
2017**

# **ANALISIS PENGARUH CIRI KHAS RASA, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

**Oleh : Chandra Erfiana**

**(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Yogyakarta)**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh ciri khas rasa, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada warung miedes Bu Yanti di Pundong. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama yaitu variabel ciri khas rasa, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian dilakukan pada warung miedes Bu Yanti di Pundong. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para konsumen warung miedes Bu Yanti. Dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel accidental sampling, yaitu sampel diambil berdasarkan kebetulan dan dianggap cocok sebagai sumber data.

Berdasarkan penelitian diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 12,786 + 0,329X_1 + 0,178X_2 + 0,066X_3$ . Berdasarkan analisis data statistik variabel-variabel dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Variabel yang paling berpengaruh adalah variabel ciri khas rasa dengan koefisien regresi sebesar 0,329, variabel harga dengan koefisien 0,178 dan variabel kualitas pelayanan dengan koefisien 0,066 tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Nilai koefisien (R) sebesar 0,489 menunjukkan ciri khas rasa, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian memiliki hubungan yang sedang. Adjusted  $R^2$  sebesar 0,209 artinya sebesar 20,9% menyumbangkan perubahan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dan sisanya sebesar 79,1% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

**Kata Kunci : Ciri Khas Rasa, Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*This study was conducted to determine the effect characteristic taste, price, and service quality on consumer purchasing decisions on warung miedes Bu Yanti in Pundong. The study aims to determine the effect of each variable influence on consumer purchase decisions and to determine the effect together is the variable characteristic taste, price, and service quality on consumer purchasing decisions.*

*The study was conducted on warung miedes Bu Yanti in Pundong. The population used in this study is consumers shop miedes Bu Yanti. With a total sample of 80 respondents using a sampling technique accidental sampling, the samples were taken by chance and is considered suitable as a data source.*

*Based on research obtained the following regression equation:  $Y = 12,786 + 0,329X_1 + 0,178X_2 + 0,066X_3$ . Based on statistical data analysis variables in this study are valid and reliable. The most influential variable is the variable characteristic flavor with a regression coefficient of 0.329, the price variable with a coefficient of 0.178 and*

the variable quality of service with a 0.066 coefficient does not influence purchasing decisions. Value coefficient (R) of 0.489 indicates a characteristic taste, price, and quality of service on purchasing decisions have a relationship that was. Adjusted  $R^2$  of 0.209 means that 20,9% donate change the independent variable (X) to the dependent variable (Y) and the balance of 79.1% is explained or influenced by other variables that are not included in this study.

*Keywords: Characteristic Taste, Price, Quality of Service and Purchase Decision*

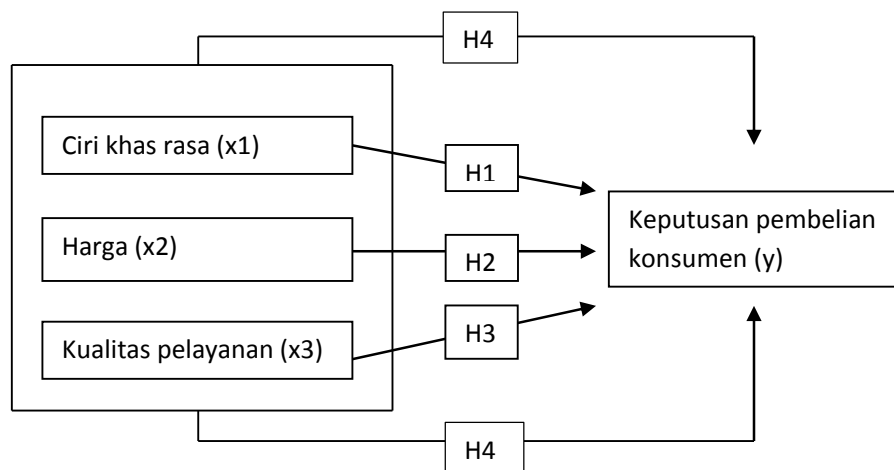
## PENDAHULUAN

Dewasa ini kegiatan usaha mengalami perkembangan dengan sangat pesatnya. Dapat bertahan atau tidaknya sebuah usaha kembali lagi kepada pelaku usahanya dalam menetapkan strategi untuk menghadapi persaingan. Dengan semakin ketatnya persaingan dalam kegiatan usaha di bidang kuliner, maka dari itu pelaku usaha penting untuk terus berkreasi dan melakukan inovasi dalam penawaran produknya guna menciptakan daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh banyak hal. Beberapa

hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada sebuah warung makan diantaranya adalah ciri khas rasa, harga dan kualitas pelayanan.

Terlebih saat ini banyak usaha sejenis di bidang kuliner yang semakin banyak. Persaingan usaha kuliner yang memiliki peluang dan ancaman adalah warung miedes khususnya di daerah Pundong, Bantul. Usaha miedes banyak dijumpai di daerah Pundong karena merupakan salah satu ikon makanan khas di Pundong. Salah satu warung miedes yang mampu bertahan dalam menghadapi ketatnya persaingan adalah Warung Miedes Bu Yanti Pundong.

## KERANGKA PEMIKIRAN



Berdasarkan skema hubungan hipotesis tersebut, maka hipotesis dari penelitian ini yang dapat diambil adalah dirumuskan sebagai berikut:

1. Diduga ada pengaruh positif antara ciri khas rasa terhadap keputusan pembelian pada warung makan Mie Des Bu Yanti Pundong.
2. Diduga ada pengaruh positif antara harga terhadap keputusan pembelian pada warung makan Mie Des Bu Yanti Pundong.
3. Diduga ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada warung makan Mie Des Bu Yanti Pundong.
4. Diduga ada pengaruh positif antara ciri khas rasa, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada warung makan Mie Des Bu Yanti Pundong.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini melibatkan dua variabel, yaitu variabel independen (variabel bebas) yang meliputi ciri khas rasa, harga dan kualitas pelayanan serta variabel dependen (variabel terikat) yaitu keputusan pembelian.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan

oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:148). Populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung warung makan Mie Des Bu Yanti di Pundong. Peneliti akan mengambil populasi sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling* karena sampel yang akan diambil adalah berdasarkan kebetulan yang ditemui atau siapapun yang dianggap cocok sebagai sumber data. Dalam menentukan banyak sampel yang diperlukan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (5%)

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

$$n = \frac{100}{1+100.(0.05)^2}$$

= 80 responden

Dari perhitungan tersebut dapat diketahui jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 responden.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan:

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

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.786	5.229		2.445	.017
CIRI_KHAS_RASA	.329	.137	.304	2.406	.019
HARGA	.178	.163	.157	1.095	.277
KUALITAS_PELAYANAN	.066	.083	.106	.793	.430

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN\_PEMBELIAN

Secara matematis hasil dari analisis regresi linier berganda tersebut dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = 12,786 + 0,329X_1 + 0,178X_2 + 0,066X_3$$

Persamaan diatas menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen (X1, X2, dan X3) terhadap variabel dependen (Y), masing-masing koefisien regresi tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

a. Konstanta (a) = 12,786

Artinya apabila variabel ciri khas rasa (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) nilainya 0 (nol) maka keputusan pembelian pada konsumen warung miedes Bu Yanti sebesar 12,786 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

b.  $b_1 = 0,329$

Artinya apabila variabel ciri khas rasa (X1) pada warung miedes banyak pilihan (bertambah 1 satuan) maka keputusan pembelian konsumen warung miedes Bu Yanti akan meningkat sebesar 0,329 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

c.  $b_2 = 0,178$

Artinya apabila harga (X2) pada warung miedes Bu Yanti semakin tinggi (bertambah 1 satuan) maka keputusan pembelian konsumen warung miedes Bu Yanti akan menurun sebesar 0,178 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

d.  $b_3 = 0,066$

Artinya apabila kualitas pelayanan (X3) pada warung miedes Bu Yanti semakin baik (bertambah 1 satuan) maka keputusan pembelian konsumen warung miedes Bu Yanti akan meningkat sebesar 0,066 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas pada variabel terikat perlu dilakukan pengujian signifikansi dari masing-masing koefisien

regresi yaitu dengan menggunakan uji t dan uji F.

a. Variabel Ciri Khas Rasa

Dengan menggunakan uji statistik t (uji t) apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima pada  $\alpha = 0,05$ , dan sebaliknya apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak  $\alpha = 0,05$ .  $H_0$  artinya tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dan  $H_a$  artinya ada pengaruh dari variabel independen yang signifikan terhadap variabel dependen. Dari hasil perhitungan tabel 16 variabel ciri khas rasa (X1) menunjukkan nilai t sebesar 2,406 dengan menggunakan taraf signifikansi (sig) sebesar 5% diperoleh t tabel sebesar 1,99167 ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu  $2,406 > 1,99167$ . Ini menunjukkan bahwa ciri khas rasa (X1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan ciri khas rasa (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dapat diterima.

Dari hasil analisis data dapat dilihat bahwa variabel ciri khas rasa mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian konsumen yang dapat dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu sebesar  $2,406 > t_{tabel}$  1,99167 dengan tingkat signifikan  $< 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel ciri khas rasa terhadap keputusan pembelian konsumen pada warung miedes Bu Yanti di Pundong, dengan demikian dapat disimpulkan semakin baik dalam mempertahankan ciri khas rasa maka keputusan pembelian konsumen akan semakin baik pula. Sebaliknya apabila semakin kurang ciri khas rasa yang ditawarkan warung miedes Bu Yanti maka keputusan pembelian konsumen akan semakin menurun.

b. Variabel Harga

Dengan menggunakan uji statistik t (uji t) apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima pada  $\alpha = 0,05$ , dan sebaliknya apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak  $\alpha = 0,05$ .  $H_0$  artinya tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil perhitungan tabel 16 variabel harga (X2) menunjukkan

nilai  $t$  sebesar 1,095 dengan menggunakan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% diperoleh  $t$  tabel sebesar 1,99167 ini menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel yaitu  $1,095 < 1,99167$ . Ini menunjukkan bahwa harga ( $X_2$ ) tidak mempunyai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen ( $Y$ ), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga hipotesis yang menyatakan harga ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen ditolak atau tidak dapat diterima.

Dari hasil analisis data dapat dilihat bahwa variabel harga tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada warung miedes Bu Yanti di Pundong yang dapat dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel yaitu sebesar  $1,095 < t$  tabel 1,99167 dengan tingkat signifikan  $< 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel harga terhadap keputusan pembelian konsumen, dengan demikian dapat disimpulkan semakin kurang kompetitif harga yang ditawarkan pada warung miedes tersebut akan mempengaruhi

keputusan pembelian konsumen. Sebaliknya apabila semakin kompetitif harga yang ditawarkan maka akan semakin kurang keputusan pembelian konsumen.

#### c. Variabel Kualitas Pelayanan

Dengan menggunakan uji statistik  $t$  (uji  $t$ ) apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima pada  $\alpha = 0,05$ , dan sebaliknya apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak  $\alpha = 0,05$ .  $H_0$  artinya tidak ada pengaruh dari variabel independen yang signifikan terhadap variabel dependen. Dari hasil perhitungan tabel 16 variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) menunjukkan nilai  $t$  sebesar 0,793 dengan menggunakan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% diperoleh  $t$  tabel sebesar 1,99167 ini menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel yaitu  $0,793 < 1,99167$ . Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_3$ ) tidak mempunyai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen ( $Y$ ), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian konsumen ditolak atau tidak dapat diterima. Dari hasil

analisis data dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada warung miedes Bu Yanti di Pundong yang dapat dibuktikan dengan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yaitu sebesar  $0,793 < t \text{ tabel } 1,99167$  dengan tingkat signifikan  $< 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada warung miedes Bu Yanti di Pundong, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak terlalu memperhatikan kualitas pelayanan ketika membeli pada warung miedes Bu Yanti di Pundong.

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	393.348	3	131.116	7.978	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1249.040	76	16.435		
	Total	1642.388	79			

a. Predictors: (Constant), KUALITAS\_PELAYANAN, CIRI\_KHAS\_RASA, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN\_PEMBELIAN

Dengan menggunakan uji statistik (uji t) apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Ho ditolak dan Ha diterima pada  $\alpha = 0,05$ , dan sebaliknya apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  Ho diterima dan Ha ditolak  $\alpha = 0,05$ . Ho artinya tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yang signifikan terhadap variabel

dependen. Berdasarkan tabel 17 diatas dapat dijelaskan hasil perhitungan nilai uji F adalah 7,978 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, karena probabilitas (0,000) lebih kecil dari 0,05. Dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka Ho ditolak Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama ciri khas rasa (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3), mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli di warung miedes Bu Yanti Pundong. Hal ini berarti menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima.

### Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.489 <sup>a</sup>	.239	.209	4.054

a. Predictors: (Constant), KUALITAS\_PELAYANAN, CIRI\_KHAS\_RASA, HARGA

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,209 atau 20,9 %. Hal ini berarti sebesar 20,9% menyumbangkan perubahan variabel X yang terdiri dari variabel ciri khas rasa, harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian dan sisanya sebesar 79,1% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

### SIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan tentang pengaruh ciri khas



rasa, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus warung miedes Bu Yanti di Pundong) maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada hasil olah data pada penelitian ini, didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 12,786 + 0,329X_1 + 0,178X_2 + 0,066X_3$$

2. Variabel ciri khas rasa (X1) secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada warung miedes Bu Yanti di Pundong.
3. Variabel harga (X2) secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada warung miedes Bu Yanti di Pundong.
4. Variabel kualitas pelayanan (X3) secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada warung miedes Bu Yanti di Pundong.
5. Variabel ciri khas rasa (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian konsumen (Y) pada warung miedes Bu Yanti di Pundong.

Berdasarkan pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai Adjusted  $R^2 = 20,9\%$  variabel keputusan pembelian

konsumen (Y) dipengaruhi oleh variabel ciri khas rasa (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3), sedangkan sisanya 79,1% (100% - 20,9%) dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

## **SARAN**

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang dikemukakan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Warung miedes Bu Yanti diharapkan selalu dapat menjaga dan mempertahankan ciri khas rasa dari miedes agar tidak berubah antara masakan pertama dengan sesudahnya dan menambah variasi pada menu miedes.
2. Warung miedes Bu Yanti harus memberikan harga yang terjangkau dengan tidak mengurangi ciri khas rasa, sehingga ada kesesuaian harga dengan rasa miedes.
3. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan pemilik warung miedes Bu Yanti hendaknya mengarahkan karyawannya dalam bersikap menghadapi konsumen, keramahan, kecepatan dalam penyajian makanan untuk meningkatkan kenyamanan konsumen.
4. Pemilik warung miedes perlu memperhatikan penambahan sarana

dan prasarana lain sebagai fasilitas penunjang seperti penyediaan tisu pada setiap meja, adanya mushola, lahan parkir yang luas, toilet.

### **TINDAK LANJUT**

Penelitian ini tentang pengaruh ciri khas rasa, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen, maka tindak lanjut dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Pemilik warung miedes Bu Yanti perlu memperhatikan konsistensi dari ciri khas rasa yang sesuai dengan penawaran harga serta strategi dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen.
2. Pemilik warung miedes Bu Yanti perlu mempertimbangkan dari segi penawaran harga kepada konsumen, karena apabila harga dari miedes yang ditawarkan sesuai dengan rasa makanan maka konsumen juga akan mempertimbangan untuk mengambil keputusan pembelian.
3. Pemilik warung miedes Bu Yanti perlu memperhatikan faktor kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan yang baik yaitu yang dapat menciptakan kepuasan tersendiri bagi konsumen dan memiliki pengaruh yang positif dimana konsumen akan melakukan pembelian untuk miedes yang ditawarkan.

4. Penelitian ini dapat lebih dikembangkan lagi mengenai variabel-variabel apa yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian untuk melakukan penelitian selanjutnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko.1982. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV.ANDI OFFSET.
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sumarni, Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni. 2005. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.

Kurniawan, Ferdy Zoel. “*Pengaruh Harga, Produk, Lokasi. dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Soto Angkring “Mas Boed” Spesial Ayam Kampung Semarang*”.

Putri, Citra Aprilliani dkk. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Word Of Moth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Pada RM Garang Asem Sari Rasa (Studi pada Konsumen RM Garang Asem Sari Rasa, Kudus)*”.

Ichwan, Choirul. “*Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian*”. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Atmaja, Desy Purwanti dan Martinus Febrian Adiwinata. “*Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kopitiam Oey Surabaya*”.

Prihatini, Chanifah Widha dan Muhammad Edwar. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar*”.