

ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus pada Usaha Kuliner Rica Xtra Pedas Fadhil di Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI



Oleh :

SITI FATIMAH

NPM. 12133200063

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
2016**

ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus pada Usaha Kuliner Rica Xtra Pedas Fadhil di Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI



Oleh:

SITI FATIMAH
12133200063

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
2016**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian Rica Xtra Pedas Fadhil dan menganalisis banyaknya faktor yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan di Jl. Kapten Piere Tendean 18. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Rica Xtra pedas Fadhil. Pengambilan sampel dalam penelitian sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan ditemui peneliti yang dipandang cocok bisa dijadikan sampel. Tingkat signifikansi yang dipergunakan adalah 0,05. Teknik pengumpulan data variabel dengan menggunakan metode kuesioner yang dilengkapi dengan skala likert. Kuesioner sebelum digunakan terlebih dahulu di uji cobakan dengan mengambil sampel sebanyak 23 konsumen. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f serta analisis koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen kepuasan konsumen. Hal ini dapat di buktikan dengan semua nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Secara simultan variabel pelayanan, harga, dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai F yaitu sebesar 37,476 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sedangkan (R^2) sebesar 0,525 artinya sebesar 52,5% menyumbangkan perubahan variabel pelayanan, harga dan lokasi terhadap variabel kepuasan konsumen dan sisanya 47,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada di penelitian ini.

Kata kunci : pelayanan, harga, lokasi, keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aims to present an analysis upon service, price and location on buying decision over Rica Xtra Pedas Fadhil and subsequently analyzes several dominant factors that influence buying decision.

The research was conducted in St. Kaptan Piere Tendean 18. Population in the research covers consumers of Rica Xtra pedas Fadhil. Sampling in the research resulted in 100 respondent based on Accidental Sampling, a technique relying on researcher's incidental encounter with people considered fit for the purpose, Significance level used is 0,05. Technique of collecting variable data relies on questionnaires equipped with likert scale. Prior to application questionnaires underwent testing by taking 23 consumers as samples. Quantitative analysis includes validity test and reliability, double regression analysis, hypothesis test through t-test and f as well as coefficient of determination (R^2) analysis.

The result of the research concludes that hypothesis test using t-test shows that all of the three independent variables under research have partially significant influence on the dependent variable namely consumer satisfaction. This is proven in the all significance scores which are less than 0,05. Simultaneously, service variable, price and location have significant influence on buying decision. This is evident in the score of F as much as 37,576 with significance level $0,000 < 0,05$. Meanwhile (R^2) is as high as 0,525 meaning 52,5% is contributed by service variable, price and location to consumer satisfaction variable and the rest 47,5% is under the influence of other factors lie outside the scope of this research.

Keywords : service, price, location, consumer satisfaction

ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus pada Usaha Kuliner Rica Xtra Pedas Fadhil di Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI



Yogyakarta, 22 Maret 2016
pembimbing

Saptaningsih Sumarmi, S.E., M.M

NIS. 19731022 101997 2 001

ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus pada Usaha Kuliner Rica Xtra Pedas Fadhil di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Oleh

SITI FATIMAH

12133200063



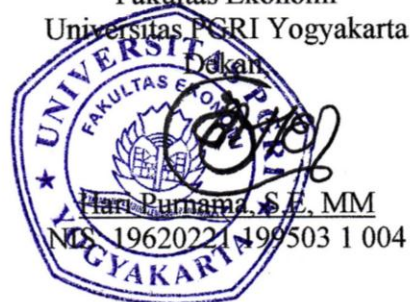
Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 22 Maret 2016
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Susunan Dewan Penguji

Nama lengkap	Tanda tangan	Tanggal
Ketua : Hari Purnama, S.E, M.M		22 Maret 2016
Sekretaris : Fitri Susilowati, S.E, M.Sc		22 Maret 2016
Penguji I : Lilik Siswanta, S.E, M.M		22 Maret 2016
Penguji II : Saptaningsih Sumarmi, S.E, M.M		22 Maret 2016

Yogyakarta, 22 Maret 2016

Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI Yogyakarta



Hari Purnama, S.E, MM

NIS 19620221199503 1 004

PERNYATAAN KEASLIAN TULIASAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Siti Fatimah
No. Mahasiswa : 12133200063
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis pengaruh Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap keputusan pembelian.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan pekerjaan saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau hasil pemikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, dikenakan sanksi tergantung dari berat ringannya tindakan plagiasi yang dilakukan. Sanksi dapat berupa perbaikan skripsi dan ujian ulang, melakukan penelitian baru, atau pencabutan ijazah S1.

Yogyakarta, 22 Maret 2016

Yang membuat pernyataan



Siti Fatimah
(Siti Fatimah)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

- ✚ Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat.
(Winston Churchill)
- ✚ Pendidikan mempunyai akar yang pahit, tapi buahnya manis.
(Aristoteles)
- ✚ Orang-orang yang berhenti belajar akan menjadi pemilik masa lalu. Dan orang-orang yang masih terus belajar, akan menjadi pemilik masa depan.
(Mario Teguh).

PERSEMBAHAN:

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Bapak Suryanto & ibu Wasilatun selaku kedua orang tua ku yang sabar, mendidik dan membesarkan ku hingga sampai sekarang.
2. Kakak kandungku Agus Hary Yanto yang selalu memberi dukungan dan semangat.
3. Sahabat-sahabatku Melan, Yani, Juli, Lia, Listina dan Atika yang telah mendukung dan membantuku dan mendoakanku. Serta teman-teman seperjuangan Okqi, Nia, Ayu, Nisa, Fitri dan lain-lain. Terimakasih buat kalian yang sudah mau menjadi teman ku.
4. Almamaterku Universitas PGRI Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Atas berkah dan rahmat Allah SWT, maka skripsi ini dapat penulis selesaikan. Penulisan Skripsi ini merupakan kewajiban dan sebagai tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.

Penulis sangat berterima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Buchory MS, M.Pd. Rektor Universitas PGRI Yogyakarta yang telah memberikan izin dalam penelitian dan menyelesaikan skripsi.
2. Hari Punama, S.E, M.M. Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan izin dalam penyusunan skripsi.
3. Lilik Siswanta, S.E, M.M Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi.
4. Saptaningsih Sumarmi, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak / Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu dalam perjalanan studi saya.
6. Kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh karyawan dan pemilik Rica Xtra Pedas Fadhil yang telah membantu kelancaran skripsi ini dan konsumen Rica Xtra pedas Fadhil yang telah menjadi responden dalam penelitian ini.
8. Responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
9. Sahabat-sahabat saya yang senantiasa memberikan motivasi selama masa studi saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa mengingat dengan segala keterbatasan dan kesederhanaan karya tulis ini, maka dengan rendah hati penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaannya.

Yogyakarta, 22 Maret 2016
Penulis

Siti Fatimah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI & HIPOTESIS	
A. Landasan Teori	8
1. Pengertian Pemasaran dan konsep Pemasaran	8
2. Keputusan Pembelian.....	9
3. Pelayanan	13
4. Harga	15
5. Lokasi	21
B. Kajian Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Berfikir	26
D. Perumusan Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	28
B. Variabel Penelitian	28
C. Sumber Data	28
D. Teknik Pengambilan sampel.....	29
E. Teknik pengumpulan data Data.....	30
F. Definisi operasional variabel.....	31
G. Teknik Analisis Data	33

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PERSEMBAHAN	
A.	Gambaran Umum	40
B.	Uji Coba Instrumen	41
C.	Analisis Karakteristik Responden	45
D.	Analisis Data	50
E.	Pembahasan	55
BAB V	SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	
A.	Simpulan.....	57
B.	Implikasi	58
C.	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan	42
Tabel 2 : Hasil Uji Validitas Variabel Harga	43
Tabel 3 : Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	43
Tabel 4 : Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 5 : Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 7: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 8 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 9 : Karakteristik Resonden Berdasarkan Pendapatan	49
Tabel 10 : Deskripsi Variabel	50
Tabel 11 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 12 : Hasil Uji Parsial (Uji t)	52
Tabel 13 : Hasil Analisis Uji F Simultan	53
Tabel 14 : Hasil Analisis Uji R dan R ² (Koefisien Determinasi).....	54
Tabel 15 : Pedoman Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Proses Pembelajaran	11
Gambar 2 : Kerangka Berfikir	26

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Penelitian dari Universitas
- Lampiran 2 : Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 : Lembar Kuesioner
- Lampiran 4 : Rekapitulasi Uji coba
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 : Rekapitulasi Hasil Penelitian
- Lampiran 8 : Karakteristik Responden
- Lampiran 9 : Hasil Uji Regresi

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perdagangan pada era globalisasi ini tidak luput dari persaingan yang semakin ketat dalam memasarkan produk dan jasa. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu berusaha keras dalam berinovasi terhadap produk maupun jasanya agar mampu bertahan dari persaingan dan mampu menarik perhatian dari calon konsumen akan produk yang ia tawarkan (Tina Susanti, 2012).

Hal yang perlu diperhatikan sebelum merancang inovasi, seseorang harus jelas terlebih dahulu menentukan segmentasi dan target mana yang akan dipilih dengan cara menentukan lokasi usaha yang strategis agar lebih memudahkan konsumen mengetahui produk kita dan memilih untuk membeli produk itu.

Salah satu usaha yang memiliki persaingan yang ketat saat ini ialah bisnis kuliner, dimana pada saat ini dunia kuliner menjadi *trend* di kalangan masyarakat dan merupakan kebutuhan manusia yang paling utama. Dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin kuat dan ketat, setiap perusahaan dituntut untuk lebih berinovasi agar dapat memasarkan produk dengan baik kepada calon konsumen, dengan tujuan agar produk tersebut dapat dikenal oleh masyarakat dan perusahaan juga harus mampu mengoptimalkan sumber daya ekonominya dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing produk di pasar, mempertahankan kelangsungan hidup, untuk berkembang dan mendapatkan laba.

Pelayanan merupakan faktor lain yang mempengaruhi tingkat keputusan pembelian. Pelayanan kepada pelanggan bertujuan memelihara dan meningkatkan hubungan antara penjual dan pembeli serta memantau berbagai keluhan pelanggan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan atas produk yang dibelinya. Pelayanan yang baik akan lebih mudah di ingat oleh konsumen, apabila pelayanan tersebut dapat memuaskan maka konsumen akan kembali lagi untuk melakukan pembelian ulang. Pelayanan juga sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan (Riyanti, 2015).

Selain pelayanan, harga merupakan faktor lain yang tidak kalah penting dalam penjualan. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan. Namun apabila harga sesuai dengan kualitas rasa yang diberikan maka konsumen tidak akan terpengaruh banyak terhadap harga. Menurut Basu swastha & irawan (2001:241) kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual, bahkan penjual juga menginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut.

Lokasi suatu usaha juga menentukan keberhasilan usaha tersebut, sebisa mungkin lokasi suatu usaha adalah lokasi yang strategis, dekat dengan keramaian, memiliki akses yang mudah dll. Lokasi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk menjadikan suatu produk yang dihasilkan dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen pada waktu dan tempat yang tepat dimanapun konsumen berada (Riyanti, 2015).

Keberhasilan suatu usaha sangat bergantung pada kepuasan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Untuk mengetahui harapan pelanggan diperlukan penelitian yang dapat menggambarkan keinginan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan suatu usaha dan menentukan aspek-aspek yang harus menjadi prioritas perhatian perusahaan dalam upaya peningkatan mutu produk.

Upaya untuk memuaskan pelanggan dan menghadapi persaingan dalam bisnis ini, apabila tuntutan tidak terpenuhi maka bisnis tidak akan dapat bertahan hidup. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka dibidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lainnya. Persaingan ini dapat timbul karena adanya usaha lain yang menawarkan produk yang sama dan melayani pelanggan yang sama dengan harga yang relatif sama bahkan terkadang lebih murah.

Salah satu bisnis atau usaha yang merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah Rica Xtra Pedas Fadhil. Persaingan yang semakin ketat itu ditandai dengan munculnya warung-warung yang banyak menjual rica lainnya yang menyebabkan tingginya tingkat persaingan di sektor industri makanan. Pelayanan dan harga pun beraneka macam juga lokasi yang ditempati, sehingga dengan begitu akan memunculkan ciri tersendiri. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola Warung Rica yang ada untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding warung-warung kompetitornya.

Demikian juga halnya di Warung Rica Xtra Pedas Fadhil dimana sebagai salah satu Warung Rica yang juga memiliki keunggulan dan strategi yang berbeda dibanding dengan pesaing yang ada. Rica Xtra Pedas Fadhil menjajakan rica-rica dengan tingkat kepedasan yang dapat dimasak langsung di tempat sesuai keinginan pembeli, dilengkapi citarasa kekhasan Jawa (Jogjakarta) yang begitu sedap, menjadikan Rica Xtra Pedas Fadhil yang mampu menghasilkan pelanggan yang rata-rata datang seminggu sekali. Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Study Kasus pada Usaha Kuliner Rica Xtra Pedas Fadhil di Daerah Istimewa Yogyakarta).**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan dari latar belakang diatas bahwa keputusan pembelian sangatlah penting, konsumen akan memilih produk mana yang dibelinya dan apabila konsumen merasa puas ia akan datang kembali untuk membeli produk tersebut dan akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk perusahaan mereka dimasa yang akan datang. Pihak perusahaan juga semakin dituntut untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan memperbaiki faktor-faktor yang dapat meningkatkan pembelian dan melakukan keputusan dalam pembelian.

Ketatnya persaingan dibidang kuliner, khususnya makanan yang sejenis membuat penjual harus berfikir lebih keras agar usahanya dapat

berjalan dengan baik dan mendapatkan laba yang maksimal. Penjual juga harus berusaha meningkatkan penjualan dengan memiliki ciri khas yang tidak sama dengan yang lainnya. Bagaimana caranya agar mendapatkan konsumen yang mampu bertahan lama dan tidak pindah ke pesaing lain yang sejenis maupun tidak, dengan cara membawa konsumen baru/teman lain agar mau membeli produk kita.

C. Pembatasan Masalah

Batasan masalah dimaksudkan untuk memudahkan didalam analisis selanjutnya dan lebih memudahkan didalam pemecahan masalah. Ruang lingkup penelitian ini perlu dibatasi agar dapat lebih terarah dan mudah dipahami sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis hanya membatasi penelitian pada pengaruh pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

D. Rumusan Masalah

Analisis yang mempengaruhi pelayanan, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Rica Xtra Pedas Fadhil Yogyakarta juga harus diperhatikan untuk lebih menumbuh kembangkan potensi makanan kuliner agar tidak tergeser oleh makanan asing yang sudah mulai banyak diminati oleh masyarakat lokal sendiri.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diajukan perumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh faktor Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kuliner Rica Xtra Pedas Fadhil di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh faktor Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kuliner Rica Xtra Pedas Fadhil di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh faktor Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kuliner Rica Xtra Pedas Fadhil di Daerah Istimewa Yogyakarta?
4. Bagaimana pengaruh faktor Pelayanan, Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kuliner Rica Xtra Pedas Fadhil di Daerah Istimewa Yogyakarta?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Pelayanan yang diberikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kuliner Rica Xtra Pedas Fadhil di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga yang diberikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kuliner Rica Xtra Pedas Fadhil di Daerah Istimewa Yogyakarta.

3. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi yang diberikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha kuliner Rica Xtra Pedas Fadhil di Daerah Istimewa Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh Pelayanan, Lokasi dan Harga yang paling dominan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kuliner Rica Xtra Pedas Fadhil di daerah Yogyakarta.

F. Manfaat Hasil Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dalam praktek dibidang Manajemen Pemasaran, selain itu juga diharapkan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa dalam pembuatan penelitian dan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pembanding penelitian tentang Keputusan Pembelian Konsumen, diharapkan pula dapat membangkitkan minat dan semangat peneliti lainnya untuk melakukan riset dengan variabel yang lebih banyak lagi.

2. Bagi Pemilik Usaha

Manfaat penelitian ini bagi pemilik usaha diharapkan dapat membantu dalam menentukan langkah-langkah strategi pemasaran yang berorientasi terhadap keputusan pembelian dalam upaya peningkatan volume pembelian serta dapat memberikan masukan kepada pihak pemilik dalam mengambil keputusan dan kebijakan dimasa mendatang.