

PERAN HARGA, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI PANGGANG GRESIK

Indah Mulya Arsanti¹, Umar Burhan^{2*}

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik, Indonesia

Article Info	Abstract
Article history: Received 2023 Accepted 2023 Published 2023	Purpose—This study aims to examine and prove the influence of price, facilities and service quality on purchasing decisions. The object of this study is Kopi Panggang Gresik. Method—This study used a quantitative approach with multiple linear regression analysis. The number of samples taken was 91 respondents and data collection were carried out by questionnaire to obtain data. The analysis was carried out with classical assumption tests which include normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests and autocorrelation tests. And shows that the research data are normally distributed. Based on the normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and autocorrelation test, no variables were found that deviated from classical assumptions. Finding—The results of this study are that price has a significant positive effect on purchasing decisions, facilities have a significant positive effect on purchasing decisions, service quality has a significant positive effect on purchasing decisions on Kopi Panggang Gresik, then simultaneously price, facilities, and service quality have a significant positive effect on purchasing decisions on Kopi Panggang Gresik. Implication— The policy implications of the results of this research can provide empirical evidence that price, facilities and service quality influence purchasing decisions. so these factors must be considered to increase sales. Keywords: Price, facilities, quality of service, purchasing decision

^{2*} Corresponding Author : umarburhan@unigres.ac.id

PENDAHULUAN

Persaingan saat ini begitu ketat sehingga perusahaan perlu memiliki strategi pemasaran yang kredibel dan menarik konsumen untuk menaklukkan pasar. Produk berkualitas tinggi dengan diferensiasi yang baik kemungkinan besar memiliki konsumen yang loyal. Dengan memahami bagaimana perilaku konsumen membantu perusahaan merumuskan strategi pemasaran mereka, yang kemudian diimplementasikan dalam meluncurkan dan memasarkan produk di pasar. Artinya produk diproduksi jauh sebelum kebutuhan dan keinginan konsumen dipahami. Perkembangan perdagangan Indonesia yang semakin pesat menyebabkan persaingan yang ketat antar perusahaan untuk memperebutkan pangsa pasar.

Di saat ini, pada tahun 2020-an, tepatnya antara tahun 2021 hingga sekarang industri makanan dan minuman sangat berkembang salah satunya yakni restoran atau pun sejenisnya, salah satu kunci sukses adalah bisnis yang dapat menghasilkan dan menghasilkan produk untuk menyediakan produk agar dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Atau jasa yang memenuhi kebutuhan konsumen dengan harga yang wajar. Oleh karena itu, semua pelaku usaha harus dapat memahami kelangsungan usahanya sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya sesuai dengan perilakunya.

Konsumen dalam keputusan pembelian dipengaruhi oleh perilaku konsumen, pola perilaku konsumen antara satu dengan yang lainnya saling berkaitan, seperti pelayanan, harga, dan juga fasilitas. Sebelum memutuskan untuk membeli konsumen akan memastikan pelayanan yang diberikan kemudian memilih produknya melihat kualitas dan kegunaannya terlebih dahulu kemudian konsumen akan melihat harga dari produk yang telah ia pilih. Menurut Kotler & Amstrong (2016:324) mendefinisikan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau pengguna atas sebuah produk atau jasa.

Kafe Kopi Panggang adalah kedai kopi yang menawarkan konsep pedesaan. Disebut Kopi Panggang, karena lokasinya memang di Desa Manyar, Jalan Panggang, Kab Gresik. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan dapat dilihat ada beberapa permasalahan antara lain harga yang ditawarkan bervariasi dan bersaing dengan kafe-kafe yang ada disekitar namun beberapa produk masih mahal. Fasilitas yang diberikan seperti: lahan untuk parkir yang kurang memadai terutama untuk mobil sehingga menyebabkan lahan parkir menjadi sempit, kurangnya kamar mandi umum untuk konsumen, dan minimnya kualitas pelayanan yang dilakukan untuk menarik konsumen dan luasnya lahan dan menyebarnya konsumen menyebabkan pelayanan agak lambat, apalagi jika yang dipesan dalam jumlah banyak sehingga sering terjadi miskomunikasi pada konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Panggang Gresik”. Penulis memilih Kafe Kopi panggang sebagai subjek penelitian karena kafe ini memiliki harga yang relative murah tetapi memiliki fasilitas yang berbeda seperti kolam renang dan sarana outbond.

LANDASAN TEORI

Harga

Kotler & Armstrong (2016:324) mendefinisikan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau pengguna atas sebuah produk atau jasa.

Fasilitas

Munawir dalam (Nadianingrum dan Asron, 2020:533) fasilitas adalah asal muasal wujud semestinya tersedia sebelum mempromosikan layanan ke konsumen. Fasilitas yang nyaman juga dapat menjadi hal yang memudahkan konsumen untuk mendapatkan kepuasan.

Pelayanan

Kotler dan Armstrong (2012:681) dalam buku Meithiana Indrasari 2019 kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian (Tjiptono, 2014:21). Selanjutnya Kotler dan Keller (2012:227) menambahkan bahwa, proses keputusan pembelian adalah proses lima tahap yang dilewati konsumen, dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative yang dapat memecahkan masalahnya, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian yang sesungguhnya dilakukan oleh konsumen dan memiliki dampak yang lama setelah itu.

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Suryabrata (2011:39) data kuantitatif merupakan data statistik berbentuk angka-angka, baik secara langsung digali dari hasil penelitian maupun pengolahan data kualitatif menjadi data kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling*.

Metode analisis data yang digunakan dalam pemecahan permasalahan :

1. Analisis korelasi

Untuk mengetahui kuatnya hubungan antara kedua variabel tersebut maka akan dilakukan perhitungan analisis korelasi dan hasilnya akan disajikan dalam bentuk tabel (*summary out put*). dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari

harga ($-1 < r < 1$). Apabila nilai $r = 0$ berarti tidak ada korelasi dan bila nilai $r = 1$ berarti korelasinya sangat kuat. Untuk dapat mengetahui kuat lemahnya tingkat atau derajat hubungan antara variabel x dan y

2. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio (Duwi, 2011).

3. Uji t

Menurut Ghazali dalam Ratna (2016:78) uji t digunakan untuk Uji t (uji parsial) ini digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas secara individu (parsial) terhadap variabel terikatnya. Untuk melakukan hipotesis penelitian pengaruh parsial variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y

4. Uji F

Menurut Ghazali dalam Ratna (2016:80), Uji F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Untuk menguji signifikansi garis regresinya perlu dilakukan analisis variansi terhadap garis regresi tersebut. Untuk melakukan hipotesis penelitian pengaruh secara simultan variabel X_1 , X_2 terhadap variabel Y digunakan uji F (analisis varian)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Koefisien korelasi dan koefisien determinasi dalam hasil penelitian ditunjukkan dalam tabel *Model Summary* yang disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.911a	.830	.824	.27689

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan program SPSS dapat diketahui bahwa nilai R sebesar 0,911, artinya kuatnya hubungan antara variabel bebas harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap variabel keputusan pembelian yaitu sebesar 91,1% sehingga dapat dikatakan hubungan antara variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y adalah sangat kuat karena berada pada koefisien interval 0,800-1,000.

Sedangkan nilai *R Square* yang diperoleh adalah sebesar 0,830 atau 83%. Karena jumlah variabel bebas ada tiga maka untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat pada kolom Adjusted R Square, di mana angka yang didapat adalah 0,824 atau 82,4%. Angka tersebut memberikan arti bahwa sebesar 82,4%% perubahan

Berdasarkan data yang telah diolah dengan aplikasi SPSS, maka didapatkan suatu model regresi linier berganda sebagai berikut.

Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.327	.229		-1.427	.157
Harga	.437	.108	.435	4.051	.000
Fasilitas	.358	.113	.348	3.182	.002
Kualitas Pelayanan	.285	.062	.237	4.573	.000

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan tabel diatas hasil dari proses yang menggunakan SPSS sebagai perhitungan, maka hasilnya sebagai berikut

$$Y = -0,327 + 0,437X_1 + 0,358X_2 + 0,285X_3$$

Interpretasi dari persamaan regresi diatas adalah:

1. Konstanta (a) = -0,327 menunjukkan besarnya nilai variabel terikat keputusan pembelian (Y) yang tidak dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas.
2. $b_1 = 0,437$, jika harga (X_1) berubah satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan berubah sebesar 0,437 satuan dengan anggapan fasilitas (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) tetap, artinya semakin baik harga akan meningkatkan keputusan pembelian serta menganggap variabel lain tetap atau konstan.
3. $b_2 = 0,358$, jika fasilitas (X_2) berubah satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan berubah sebesar 0,358 satuan dengan anggapan harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_3) tetap, artinya semakin baik fasilitas, akan meningkatkan keputusan pembelian serta menganggap variabel lain tetap atau konstan.
4. $B_3 = 0,285$, jika kualitas pelayanan (X_3) berubah satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan berubah sebesar 0,285 satuan dengan anggapan harga (X_1) dan fasilitas (X_2) tetap, artinya semakin baik kualitas pelayanan, akan meningkatkan keputusan pembelian serta menganggap variabel lain tetap atau konstan.

Hasil pengujian hipotesis uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel Hasil Uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	-1.427	.157
Harga	4.051	.000
Fasilitas	3.182	.002
Kualitas Pelayanan	4.573	.000

Sumber: data diolah peneliti

1. Harga terhadap keputusan pembelian

Berdasar tabel di atas diperoleh t_{hitung} sebesar 4,051, sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas (n-k-1) maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,988. Hasil pengujian harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan t_{hitung} sebesar 4,051 yang berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,051 > 1,988$), menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kopi Panggang Gresik.

2. Fasilitas terhadap keputusan pembelian

Berdasar tabel di atas diperoleh t_{hitung} sebesar 3,182, sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas (n-k-1) maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,988. Hasil pengujian fasilitas (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan t_{hitung} sebesar 3,182 yang berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,182 > 1,988$), menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kopi Panggang Gresik.

3. Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Berdasar tabel di atas diperoleh t_{hitung} sebesar 4,573, sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas (n-k-1) maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,988. Hasil pengujian kualitas pelayanan (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan t_{hitung} sebesar 4,573 yang berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,573 > 1,988$), menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kopi Panggang Gresik.

Uji F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Untuk melakukan hipotesis penelitian pengaruh secara simultan variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap variabel Y digunakan uji F. Hasil uji statistik secara bersama-sama untuk variabel bebas harga (X_1), fasilitas (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y) diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.609	3	10.870	141.779	.000 ^a
	Residual	6.670	87	.077		
	Total	39.279	90			

Sumber: data olahan peneliti

Dari olah data dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

$$F_{hitung} = 141,779$$

$$F_{tabel} = n - k - 1$$

$$= 91 - 3 - 1 = 2,709$$

Berdasarkan hasil pengujian SPSS diperoleh hasil F_{hitung} sebesar 141,779 yang berarti F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($141,779 > 2,709$), dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas yaitu harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel terikat keputusan pembelian di Kopi Panggang Gresik.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang peneliti lakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan hasil dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Kopi Panggang Gresik. Karena diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga variabel harga (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Kopi Panggang Gresik.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan Chanifah Widha Prihaitini (2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng yang menunjukkan hasil Variable Kualitas Produk dan Harga secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap variable.

Hasil dari pembahasan kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian yaitu, semakin baik harga yang diberikan kepada konsumen yang diberikan maka akan semakin meningkat juga keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Kopi Panggang Gresik. Karena diperoleh thitung lebih besar dari ttabel sehingga variabel fasilitas (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil tersebut membuktikan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Kopi Panggang Gresik.

Hal ini sesuai dengan teori menurut Sulastiyono (2011:98) dalam Andriawan (2018) fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian karena dengan fasilitas yang ada juga sangat memudahkan pelanggan dalam beraktivitas serta nyaman untuk menggunakan fasilitas.

Dan diperkuat penelitian terdahulu Maryati dan Husda (2020) Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Holiday Hotel di Kota Batam yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil dari pembahasan fasilitas terhadap Keputusan Pembelian dapat dilihat bahwa fasilitas berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Pembelian yaitu, semakin baik fasilitas yang diberikan maka akan semakin meningkat juga kepuasan konsumennya. Dimana sebelumnya fasilitas lahan untuk parkir yang kurang memadai dikarenakan karyawan yang lumayan banyak dengan membawa kendaraan masing-masing sehingga menyebabkan lahan parkir menjadi sempit, sekarang dengan meminimalisir lahan parkir karyawan bisa berboncengan dengan temannya tidak membawa kendaraan masing-masing agar tidak mempersempit lahan parkir yang ada. Tidak adanya tempat tunggu untuk konsumen yang sedang mengantri dan menunggu berkasnya yang sedang di *fotocopy*, sekarang sudah disediakan beberapa kursi agar konsumen tidak berdiri saat mengantri dan menunggu berkasnya selesai.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Kopi Panggang Gresik. Karena diperoleh thitung sebesar (6,603) lebih besar dari ttabel sebesar (1,986) sehingga variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil tersebut membuktikan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Kopi Panggang Gresik.

Hal ini sesuai dengan teori menurut John J. Sviokla dalam (Tjiptono 2012:157) kualitas pelayanan merupakan kontribusi keberhasilan suatu perusahaan yang mampu menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan serta mampu menghasilkan suatu kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Hasil dari pembahasan kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian yaitu, semakin baik kualitas konsumen yang diberikan maka akan semakin meningkat juga kepuasan konsumennya.

4. Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi F yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti secara bersama-sama (simultan) fasilitas, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Kopi Panggang Gresik.

Sesuai dengan penelitian terdahulu Dharmawan dan Kristianingsih (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian di Hotel Pelangi Malang yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari pembahasan fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian diatas dapat dilihat bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, hal ini menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan berjalan dengan baik. Dilihat dari fasilitas yang nyaman dan kualitas pelayanan yang baik..

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Harga (X_1) secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cafe Kopi Panggang Gresik. Fasilitas (X_2) secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cafe Kopi Panggang Gresik. Kualitas Pelayanan (X_3) secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cafe Kopi Panggang Gresik. Harga (X_1), Fasilitas (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Fasilitas dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Cafe Kopi Panggang Gresik.

BIBLIOGRAFI

- Abdurrahma, Nana Herdiana. 2015. Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: Pustaka Setia.
- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers
- B. Uno, Hamzah. 2012. Teori Motivasi dan Pengukurannya. Jakarta : Bumi Aksara
- Chanifah Widha Prihaitini, 2016, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng, Universitas Negeri Surabaya Vol. 4. No. 3
- Dewi Rahmianti (2015) Pengaruh Daya Saing Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ikan Kaleng (Sardines) Merek Maya, Universitas Narotama Surabaya Vol. 1 No. 2

- H Hermansyah (2020, Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Makan Tami Barokah Kota Baru, Universitas Islam Kalimantan
- Indah Sari, Rahmat Hidayat, 2020, Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Bang Faisz), Vol. 1 No. 2
- Indra Marjaya, Fajar Pasaribu, 2019, Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Pegawai, Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Vol 2, No. 1, Maret 2019, 129-147
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Kasmir. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik). Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Kotler dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Page 1 Prinsip-prinsip Pemasaran i Edisi kedua belas Jilid 1 PHILIP KOTLER Northwestern ... (PDFDrive).pdf* (pp. 1–367). pp. 1–367.
- Lawasi, E. S. & Triatmanto, B., 2017. Pengaruh Komunikasi, Motivasi Dan Kerjasama Tim Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan. JMDK, Vol 5(No 1), Pp. 47-57.
- Lupiyoadi dan Hamdani, Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua, Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2006.
- Malau, Hariman. 2017. Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung : Alfabeta
- Mangkunegara, 2013, Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Marno Nugroho, 2020, Pengaruh Pelatihan, Motivasi, Kompetensi Terhadap Kinerja Sumber Daya Manusia, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol 11, No. 1, 2020
- Marpaung, 2020, Kinerja dan Loyalitas Karyawan. Gramedia Pustaka utama Jakarta.
- Marwansyah. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Kedua, Alfabeta, Bandung.
- Moehariono. 2014. Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi. Raja Grafindo Persada: Jakarta Utara.
- Nadianingrum, Nurul Wahyu dan Asron Saputra. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara. Khazanah Ilmu Berazam Volume 3, Nomor 3, September 2020. e-ISSN : 2621-9441, p-ISSN : 2623-1041
- Prihatini, Chanifah Widha. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar Surabaya. Jurnal Proposal dan Skripsi Manajemen Ekonomi (JPSME). Vol.12080324037 Agustus.
- Sahrul Fatria Pramudito (2021) Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Wifi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Wedangan Jalan Sumatra Ponorogo Universitas Muhammadiyah Ponorogo
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Alfabeta Bandung
- Sunny Octaviani, Ani Yunaningsih, 2019, Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan, Almanas : Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 3 No. 1/ April 2019

- Tjiptono dan Diana. (2020). Pemasaran. Edisi 1. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2016. Service Quality dan Satisfaction, Edisi Keempat. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta