

Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dira Café And Pool Ambulu

Ilmi Intan Purnamasari¹⁾, Sampir Andrean Sukoco²⁾

^{1,2)}Prodi Ilmu Administrasi Niaga

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan

email: ilmiintan0709@gmail.com

²⁾Dosen Prodi Ilmu Administrasi Niaga

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan

email: andreansukoco@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Dira Café and Pool Pontang Ambulu baik secara simultan maupun secara parsial. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan Teknik penentuan sampel menggunakan *Simple Random Sampling*. Sampel sebanyak 85 responden. Metode analisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 22.0 *for windows*. Penelitian ini memiliki tiga hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara parsial promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Dira Café and Pool Pontang Ambulu.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of sales promotions and service quality on consumer purchasing decisions of Dira Café and Pool Pontang Ambulu both simultaneously and partially. This research is quantitative research with a sample determination technique using Simple Random Sampling. The sample was 85 respondents. The analysis method uses multiple linear regression analysis with the help of SPSS 22.0 for Windows. This research has three hypotheses. The research results show that sales promotions and service quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, sales promotions partially have a positive and significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, service quality does not have a significant effect on consumer purchasing decisions at Dira Café and Pool Pontang Ambulu.

Keywords: *Sales Promotion, Service Quality, Purchasing Decisions.*

1. PENDAHULUAN

Saat ini bisnis kuliner semakin banyak diminati para pelaku bisnis seiring dengan pertumbuhan gaya hidup masyarakat, pola pekerjaan, serta peningkatan hasil kerja masyarakat dan persaingan bisnis dibidang kuliner semakin kuat. Sehingga perusahaan harus mampu menentukan manajemen pemasaran yang tepat. Pelaku bisnis dalam menghadapi persaingan harus dapat mengantisipasi perubahan dan keinginan konsumen. Untuk itu para pelaku bisnis dituntut untuk dapat mengendalikan manajemen pemasaran dengan baik. Menurut (Kolter dan Keller, 2012) manajemen pemasaran adalah penganalisaan, pengawasan dan pelaksanaan, suatu program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai suatu organisasi.

Keputusan pembelian didefinisikan sebagai tindakan nyata, dan merupakan suatu tindakan yang meliputi keputusan tentang jenis produk, merek, harga, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayaran (Swastha 2002:25). Didalam keputusan pembelian terdapat promosi penjualan yang mempengaruhi konsumen untuk memberikan keputusan pembelian.

Promosi penjualan yaitu bentuk persuasif langsung menggunakan alat-alat promosi yang mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian dengan segera (Tjiptono, 2010: 230). Promosi penjualan ini sangat diperlukan suatu persahaan dalam meningkatkan penjualan untuk itu promosi penjualan adalah suatu perantara yang dijadikan sebagai alat untuk mendorong dan menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Promosi bisa dilaksanakan dengan mudah melalu media massa elektronik.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Saat ini perusahaan bersaing dalam memberikan pelayanan yang baik dan prima kepada konsumen untuk menarik minat konsumen dalam keputusan pembelian suatu produk perusahaan tersebut (Tjiptono, 2011:59).

Dira cafe and Pool Pontang Ambulu berdiri pada tanggal 30 agustus 2017, Dira Café and Pool berdiri terinspirasi dari banyaknya rumah makan yang sedang populer di kota-kota besar dengan desain dan nuansa yang menyajikan tempat foto sebagai poin utama. Dira café and Pool saat ini memiliki pesaing seperti, kampoeng café, café 88, café joglo dan lain-lain. Dira café and Pool memiliki jumlah konsumen yang terdiri dari konsumen baru dan konsumen lama yang datang untuk berkunjung dan menikmati produk dan pelayanan yang ditawarkan oleh Dira café and Pool.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian dan menjadi keunggulan Dira café and pool diantaranya menu yang disajikan enak dan harga menu cenderung terjangkau. Selain itu, live music yang diadakan menambah

kesan meriah untuk menarik minat konsumen, sehingga konsumen memungkinkan untuk kembali lagi dilain waktu. Selain itu, konsep cafe yang bertema semi *outdoor* dimana terdapat beberapa meja yang terletak dikolam renang dan lokasi *outdoor* yang dikelilingi oleh pepohonan dan ornament penghias yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk mengunjungi Dira Café and Pool. Namun konsep tersebut memberikan tantangan tersendiri bagi pengelola café. Saat musim hujan pengunjung akan terganggu dengan percikan-percikan air yang jatuh dan terdapat beberapa area yang basah sehingga pengunjung tidak dapat menikmati suasana *outdoor* yang diberikan oleh café.

Setelah melakukan observasi pendahuluan dan mewawancarai beberapa konsumen Dira Café and Pool Pontang Ambulu, hasilnya dapat disimpulkan bahwa pengunjung setuju dengan promosi dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dira Café and Pool da nada sebagian yang kurang setuju, terdapat beberapa keluhan terhadap Dira Café and Pool. Berikut hasil keluhan yang diperoleh penulis dari hasil wawancara yang terdapat pada tabel 1.1. Dari permasalahan di atas, dapat menjadikan acuan untuk Konsumen dalam pertimbangan dan menentukan sebuah pembelian suatu produk.

Tabel 1. Keluhan Konsumen

No	Keluhan
1	Penyajian makanan yang cukup lama bahkan sampai 1 jam
2	Pelayan yang kurang ramah terhadap konsumen
3	Kurang sigapnya pelayanan dalam melayani pengunjung yang pertama kali datang
4	Kurangnya promosi menu lama pada pelanggan

Sumber: wawancara konsumen (2023)

Pemikiran konsumen tersebut yang akhirnya membuat perusahaan selalu berusaha memenuhi keinginan konsumen dalam menciptakan keputusan pembelian. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dira Café And Pool Ambulu*”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Keputusan Pembelian

Helga Drumond (2003:68), keputusan pembelian adalah mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing – masing. keputusan pembelian menurut Nugroho (2003:38) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih

perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Menurut Tjiptono (2009) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai prosuk tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternative dapat memecahkan masalahnya, yang kemudia mengarah kepada keputusan pemeblian.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian yaitu pengambilan keputusan suatu kegiatan individu yang dilakukan secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan produk yang ditawarkan dua atau lebih untuk memilih satu diantaranya

2.2 Promosi Penjualan

Tjiptono (2010:219) promosi adalah suatu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan yang bersangkutan.

Ginting (2012:10) promosi adalah semua kegiatan perusahaan produsen untuk meningkatkan mutu produknya dan membujuk atau merayu konsumen agar membeli produk. Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan adalah suatu kegiatan atau aktivitas pengenalan suatu produk untuk menarik konsumen dalam pembelian sebuah produk untuk meningkatkan pendapatan perusahaan

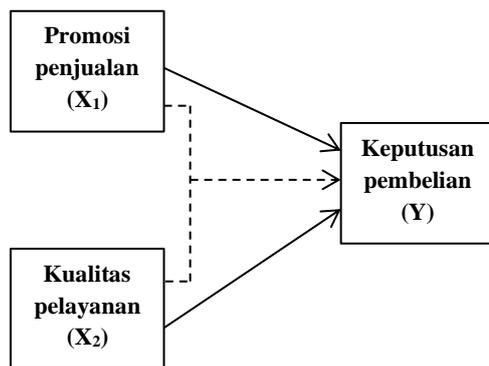
2.3 Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2009:59) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Kotler (2002:83) pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen. Menurut Kotler dan Keller, 2012: 16) menjelaskan kualitas pelayanan merupakan suatu upaya yang diberikan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan.

Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah setiap tindakan yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan keunggulan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dalam menciptakan kepuasan konsumen dan memberikan kesan yang baik terhadap perusahaan.

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan dari hubungan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka model kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis 1

H₁ : Terdapat pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Dira Café And Pool Ambulu

Hipotesis 2

H₂ : Terdapat pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian Dira Café And Pool Ambulu

Hipotesis 3

H_a : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Dira Café And Pool Ambulu

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan termasuk jenis penelitian kuantitatif untuk menggambarkan dari pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan tujuan dari penelitian ini maka jenis penelitian merupakan penelitian dengan pendekatan *explanatory research*. Metode *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruhnya terhadap variabel lain

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Dira Café And Pool pada bulan Agustus 2022 yakni dengan jumlah keseluruhan populasi pengunjung Dira Café and Pool pada bulan Agustus 2022 sebanyak 600 orang.

penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, dengan pengambilan sampel secara acak sederhana. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus solvin maka jumlah responden yang dijadikan sampel penelitian adalah 85 orang konsumen Dira Café And Pool

4. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji validitas seluruh item variabel memiliki nilai koefisien lebih dari 0,2133. Dan berdasarkan uji reliabilitas nilai koefisien cronbach Alpha seluruh variabel lebih dari 0,6. Sehingga item pernyataan seluruh variabel valid dan reliabel

Data yang diperoleh kemudian dilakukan Uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas. Berdasarkan hasil uji normalitas data penelitian berdistribusi normal. Hal ini didasarkan pada nilai *Asymp. Sign* lebih dari 0,05 (Ghozali,2007).

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, data penelitian bebas heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas, data penelitian tidak terjadi multikolinieritas. Berdasarkan uji Linieritas dapat diketahui nilai *Deviation From Linearity* sebesar 0,008 lebih besar dari 0,05. Artinya terdapat hubungan yang linear antara variabel kualitas produk, kualitas layanan dengan variabel kepuasan konsumen.

4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang mencari seberapa besar pengaruh suatu variabel yang satu dengan variabel yang lain. Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh data yang diuji.

Tabel 2. Analisis regresi berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constan)	8,713	3,168		2,750	,007		
	Promosi_Penjualan	,272	,116	,249	2,342	,022	,999	1,001
	Kualitas_Pelayanan	,103	,106	,103	,970	,335	,999	1,001

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: hasil data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 2. diperoleh persamaan analisis regresi berganda yaitu:

$$Y: 8,713 + 0,272X_1 + 0,103X_2 + 3,168$$

X_2 dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Nilai Konstanta = 8,713

Nilai konstanta sebesar 8,713 artinya menunjukkan bahwa nilai estimasi keputusan pembelian konsumen Dira Café and Pool Pontang Ambulu jika variabel independen yaitu promosi penjualan dan kualitas pelayanan tidak ada, maka keputusan pembelian memberi nilai estimasi sebesar 8,713.

b. Koefisien promosi penjualan (X_1) Nilai koefisien variabel promosi penjualan positif sebesar 0,272, menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan dengan satuan variabel promosi penjualan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,272 satuan. Artinya semakin baik promosi penjualan, maka semakin meningkat keputusan pembelian yang diberikan oleh konsumen

c. Koefisien Kualitas Pelayanan (X_2) = Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan positif sebesar 0,103 menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan dengan satuan variabel kualitas pelayanan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,103 satuan. Sehingga semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Dira Café and Pool Pontang Ambulu

4.2 Uji Hipotesis Parsial (uji t)

Berdasarkan Tabel 4.16, dapat dilihat nilai t dari variabel promosi penjualan (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebagai berikut:

- Hasil Promosi Penjualan mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,022 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa promosi penjualan dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yang berarti promosi penjualan memiliki dampak pada keputusan pembelian.
- Hasil kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,33 dan lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

4.3 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Berdasarkan table 4.17 di atas dapat diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 3,154 lebih besar dari F_{tabel} 3,11 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,048 < 0,05$) sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel

promosi penjualan dan kualitas penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Dira Café and Pool Pontang Ambulu

Tabel 3. Hasil Uji F

F_{tabel}	F_{hitung}	Sig
3,11	3,154	0,048

Sumber: Hasil data diolah (2023)

4.4 Pembahasan

a. Pengaruh Antara Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Secara Silmultan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dira Café and Pool Pontang Ambulu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis H1 yang menyatakan variabel promosi penjualan dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Dira Café and Pool Pontang Ambulu. Promosi penjualan dan kualitas bisa diterima pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, sehingga promosi pembelian dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian milik Sheila dan Adhi (2019) menunjukkan bahwa variabel promosi penjualan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian lain milik Apriwati (2018) menyatakan bahwa promosi penjualan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

b. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dira Café and Pool Pontang Ambulu

Promosi penjualan adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi konsumen untuk bersedia membeli produk yang bersangkutan. Promosi penjualan merupakan bentuk promosi yang menawarkan insetif yang dikembangkan untuk merangsang permintaan terhadap suatu produk sehingga dapat meningkatkan penjualan dalam jangka pendek.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Dira Café and Pool Pontang Ambulu.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arif Rahman dan Rizal Hari (2017) dengan judul “pengaruh promosi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi rahma rahmi collection)” menjelaskan bahwa promosi penjualan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti dengan meningkatnyapromosi maka keputusan pembelian akan mengalami

peningkatan. Penelitian lain juga disampaikan oleh Alesia Sitepu dan Agus Hermani DS (2021) dengan judul “ pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada gelael supermarket citraland semarang” yang menunjukkan bahwa promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Promosi penjualan diperlukan untuk pelaku bisnis agar terjadi peningkatan pada keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Semakin meningkat promosi yang dilakukan oleh pelaku bisnis, maka semakin meningkat keputusan pembelian begitu sebaliknya.

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dira Café and Pool Pontang Ambulu

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dilakukan oleh pelaku bisnis untuk meningkatkan penjualan, sebab dengan mendapatkan pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas sehingga tidak terjadinya komplein terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan berpengaruh penting terhadap peningkatan penjualan, oleh sebab itu banyak pelaku bisnis yang terus meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan penjualan. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2009) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan, dengan keunggulan tersebut bertujuan untuk memenuhi keinginan konsumen.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen memiliki beberapa fungsi untuk dapat mengukur pada beberapa indikator seperti halnya reabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Pada penelitian ini, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada Dira Cafe and Pool Pontang Ambulu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Alesia Sitepu dan Agus Hermani DS (2021) yang berjudul pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada gelael supermarket citraland semarang” yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian lain yang serupa penelitian yang dilakukan oleh Ni Komang R. dan Faridah Efriyanti (2022) yang berjudul “pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian”. Hasil penenlitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan diperlukan untuk memuaskan pelanggan bagi pelaku bisnis. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka semakin banyak peluang terjadinya keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data maka dapat disimpulkan:

- a. Variabel promosi penjualan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pembelian konsumen pada Dira Cafe and Pool Pontang Ambulu. Promosi penjualan dan kualitas pelayanan dapat diterima pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga, promosi penjualan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
- b. Promosi penjualan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dari hasil keseluruhan tersebut bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat terbukti dan dapat diterima.
- c. Sementara dalam penelitian ini antara variabel kualitas pelayanan (X2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dari hasil keseluruhan tersebut bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini tidak dapat terbukti dan tidak dapat diterima

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti yang akan datang, agar mengembangkan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode ataupun teori lainnya
- b. Bagi karyawan, agar tetap mempertahankan pelayanan yang baik dan terus meningkatkan kualitas pelayanan agar terjadi peningkatan pada keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen
- c. Bagi Dira Cafe and Pool untuk memberikan promosi yang lebih pesat lagi, dan kualitas pelayanan lebih baik lagi dari sebelumnya agar meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, Rachmad, 2009, Pengaruh Kualitas Layanan Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 11, No. 1, Hal 59-72. (diakses pada tanggal 15 Desember 2020)
- Mulyono, Bayu Hadyanto., Yoestini, Rini Nugraheni dan Mustofa Kamal. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*. Vol. 4. No. 2. Hal : 91-100. (diakses pada tanggal 15 Desember 2020)
- Pandesia, Alvaris Edward., Ivone Saerang, dan Jacky Sumarauw. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada

- Perumahan Griya Paniki Indah Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 5 No. 2 Hal: 1315-1326. (diakses pada tanggal 15 Desember 2020)
- Risnawati dan Nuri Huda. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal wawasan Manajemen*. Vol. 2 No.1. Hal: 43-55. (diakses pada tanggal 15 Desember 2020)
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Hubeis, Musa. 2012. *Manajemen Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis*. Penerbit PT. Hecca Mitra Utama. Jakarta.
- Irawan, Handi. 2008. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia
- Kotler, Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12th. Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, K. Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran 12th. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusumadewi, Sri. 2016. *Fuzzy Multi Attribute Decision Making (FUZZY MADM)*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Lovelock, C dan Jhon Wirtz. 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif Edisi 7*. Jakarta. Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. dan A, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Mower, John C dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*, Jilid 2 Edisi 5. Jakarta: Erlangga.
- Nugraha, H. K. (2016). *Prototype Sistem Monitoring Infus Pada Kamar Pasien Menggunakan Load Cell Berbasis Web Tugas Akhir*.
- Siagian, D. dan Sugiarto. 2006. *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soekresno. (2012). *Management Food and Beverage, Service Hotel*. Jakarta : PT Gramedia pustaka.
- Sudjana. 2002. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- . 2014. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.
- Surjatmadja, Surachman. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek: Alat Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan*. Bayumedia Publishing Malang
- Tjiptono, Fandy dan Candra, Gregorius. 2011. *Service, Quality and Satisfaction, Edisi 3*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua.. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

- Arif Rahman Naufal dan Rizal Hari Magnadi. 2017. Pengaruh promosi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi rahma rahmi collection). *Doponegoro Journal of Management*, vol 6.
- Apriiwati Sholihat. 2018. Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Jrena Koffie. *JOM FISIP*. Vol. 5 No.
- Jackson R.S. weenas. 2013. Kulaitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta, *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.4 Hal: 607-618
- Pratiwi Putri Wulandari, dan Widiyanto. 2015. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota (Studi Pada Konsumen PT Nasmoco Majapahit, Semarang)
- Putri Karunia Saras Rahayu. 2020. Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Penikmst Kopi di Cliq Coffee Jakarta, Jakarta: UIN Syariff Hidayatullah.
- Rada, NK, & Efriani, F. 2022. Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sibatik:Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*.
- Sheila Azizah dan Adhi Ptasetio, 2019. Pengaruh Promosi Penjualan di Instagram, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kanz Coffee & Eatery). *ALMANA*
- Sinambow, Sandy. 2015. Pengaruh Harga , Lokasi, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.3 No.3 September 2015, Hal 300-311
- Sitepu, A., & Hermani DS, A. 2021. *Pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada gelael supermarket citraland semarang*. Doctoral disesertation, Faculty of Social and Political Science.
- Sihombing, Meika Marito, dkk. 2021. Pengaruh Varian Menu, Harga dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. Universitas Lambung Mangkurat.
- Sugiyono, Endar, 2004. *Pengaruh Presepsi Produk, Harga dan Promosi Terhadap Omset Penjualan Pada Industri Kecil Keramik di Kec. Banjarharjo Kab. Brebes*. Skripsi,UNNES.