

PENGARUH HARGA, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MINIMARKET* DI KECAMATAN BARAT

Raqelita Febitasari¹, Hari Purwanto², Apriyanti³

¹Universitas PGRI Madiun

raqelitafebitasari17@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun

hari.purwanto@unipma.ac.id

³Universitas PGRI Madiun

kelip.apriyanti@unipma.ac.id

Abstract

This research is motivated by the progress of an increasingly advanced era, one of which is the development of the retail industry. This study aims to examine consumer purchasing decisions at minimarkets in the West sub-district. The total population in this study is unknown. Data retrieval using questionnaires distributed via google form. The sampling method is by purposive sampling. The number of samples used was 384 respondents. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that price has a positive and significant effect on purchasing decisions, location has a positive and significant effect on purchasing decisions, service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions and product completeness has no positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Price, Location, Service Quality, Product Completeness, Purchase Decision

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan kemajuan zaman yang semakin maju, salah satunya perkembangan industri ritel. Penelitian ini bertujuan untuk menguji keputusan pembelian konsumen pada minimarket di kecamatan Barat. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Pengambilan data menggunakan kuisioner yang disebar melalui google form. Metode pengambilan sampel dengan cara purposiv sampling. Jumlah sampel yang digunakan sebesar 384 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Kelengkapan Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Kata kunci: Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Era globalisasi yang terjadi saat ini, usaha bisnis Indonesia telah bertumbuh dan mengalami kemajuan cukup pesat. Seiring dengan kemajuan zaman dan perubahan gaya hidup di Indonesia dari tahun ke tahun masyarakat menginginkan proses pembelian yang mudah dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pola kehidupan berubah ini menyebabkan masyarakat mencari kenyamanan lebih saat berbelanja.

Seperti diketahui industri ritel berkembang cepat karena adanya peningkatan macam-macam produksi yang dibungkus dan disusun dengan memukau dan memudahkan pembeli untuk memenuhi kebutuhannya. Masyarakat Indonesia, berbelanja adalah kewajiban utama dalam memenuhi keperluan hariannya. Macam-macam ritel modern yang bertumbuh cepat di Indonesia ialah minimarket.

Minimarket adalah jembatan antara pembuat dan pemakai akhir yang kegiatannya sebagai pengecer. Minimarket adalah kebutuhan masyarakat yang berbentuk canggih, dekat hunian masyarakat sehingga dapat menungguli toko atau warung. Minimarket yang menyuplai keperluan harian, kondisi dan keutuhan minimarket perlu pengerjaan yang ahli dan khusus agar membuat daya tarik pada minimarket. Tidak hanya masyarakat yang bekerja bahkan yang masih sekolah memilih untuk berbelanja di minimarket, karna berbelanja di minimarket sangat praktis dan suasana toko yang sangat nyaman. Minimarket tidaklah sebutan asing untuk masyarakat, apalagi untuk masyarakat perkotaan besar dan kecil.

Seiring dengan kemajuan zaman dan perubahan gaya hidup khususnya konsumen di kecamatan Barat yang menginginkan proses berbelanja yang praktis dan mudah. Hal ini konsumen lebih tertarik untuk berbelanja di minimarket. Di kecamatan Barat terdapat beberapa minimarket antara lain Indomaret, Alfamart, Sastro, Mulya Mart, dan Jaya Agung.

Harga *minimarket* daerah kecamatan Barat mempunyai kecondongan lebih mahal daripada toko kelontong biasa. Tidak menutup peluang *minimarket* di kecamatan Barat tersebut ramai dikunjungi oleh konsumen, karena berbelanja di *minimarket* lebih dimudahkan dari segi kenyamanan tempat seperti ruangan ber AC dan kawasan bersih. Pelanggan lebih senang saat di *minimarket* karena konsumen mengambil barang sendiri apa yang mereka butuhkan dan penataan barang yang lebih tertata rapi sehingga memudahkan konsumen agar memperoleh kebutuhannya. Pengertian harga (*price*) secara sempit ialah total uang dilimpahkan pada produk atau jasa. Arti yang luas, harga ialah total keseluruhan nilai yang ditukar pembeli atas keuntungan memakai produk atau jasa tersebut. Menurut Kloter dan Armstrong (2012:410) harga ialah total uang yang diganti dengan produk atau jasa. Lokasi adalah kawasan usaha yang sangat memimpin keperluan pembeli agar berbelanja.

Lokasi *minimarket* yang berada di Kecamatan Barat berada di pusat aktivitas bisnis atau usaha di daerah tersebut, lokasi dekat dengan kantor kecamatan, dekat dengan pemukiman, dan lokasi *minimarket* Kecamatan Barat yang berada disebelah pertigaan jalan raya membuat *minimarket* dapat dilihat dengan jelas dan akses yang dilalui sangat mudah.

Kualitas pelayanan disediakan *minimarket* di Kecamatan Barat baik, ramah, dan sopan yang membuat konsumen merasa nyaman saat berbelanja karena pelayanannya sangat tanggap dan cekatan. Menurut Assegaf (2009) kualitas pelayanan merupakan kegiatan perekonomian untuk mendapatkan segala keperluan psikologis. Sedangkan pendapat Wyckof (dalam Tjiptono,2007:260) kualitas pelayanan ialah susunan kelebihan diinginkan dan penanganan susunan tingkat keunggulan tersebut menutup keinginan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, produk yang disediakan di *minimarket* kecamatan Barat juga lengkap dan bervariasi, tidak hanya meliputi kebutuhan pokok saja, tetapi *minimarket* di kecamatan Barat juga menyediakan kosmetik, dan kebutuhan lainnya seperti jas hujan dan mainan anak. Raharjani (2005:6) berasumsi jika

pembeli condong mencari *minimarket* yang menjual produk bermacam dan komplit yang menyangkut segala aspek barang yang dijual oleh penjual. Kloter (2002:347) mengemukakan kelengkapan produk merupakan terdapat macam-macam produk yang diperdagangkan agar menjadi hak milik pembeli yang diwujudkan oleh produsen.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Harga

Harga adalah total nilai uang termasuk barang dan jasa yang diusulkan agar mengubah kepemilik barang dan jasa kepada pihak lain (Habibah, 2016). Harga adalah satu-satunya bagian gabungan penjualan yang berulang kali digunakan untuk peninjau bagi pembeli atas kegiatan pembelian. Harga merupakan total uang seseorang yang diberikan untuk mendapatkan hak memakai produk. Harga menurut Kotler dan Amstrong ialah total uang yang diganti produk atau jasa. Menurut Mahmud Machfoedz harga merupakan jumlah uang dibebankan untuk produk atau jasa.

Lokasi

Lokasi merupakan keberadaan sesuatu. Lokasi adalah berkaitan dengan kegiatan operasi dan sifatnya akan ditempatkan yang diperoleh dari keputusan yang diambil perusahaan. Lokasi menurut Tjiptono (2015:345) lokasi menetapkan kegiatan penjualan untuk mempercepat dan memudahkan pemberian barang dan jasa dari penjual ke pembeli. Pengertian lokasi memiliki menetapkan tujuan badan usaha dari fungsi strategis tersebut. Menurut Kasmir (2006:129) lokasi merupakan tempat layanan pembeli, dapat diartikan sebagai tempat menjual barang dagangan. Konsumen mudah memilih melakukan pembelanjaan terhadap produk yang ditawarkan angsung.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2005:59) kualitas pelayanan merupakan susunan kelebihan untuk dinantikan dan pengurusan dari susunan kelebihan guna mencapai harapan konsumen. Menurut Simamora (2003:80) kualitas pelayanan adalah penguraian membalas keinginan konsumen yang berkunci pada

pemenuhan kepentingan konsumen. Memenuhi kebutuhan konsumen melalui sikap dan sifat pemilik jasa definisi dari pelayanan.

Kelengkapan Produk

Kelengkapan produk adalah sesuatu yang diperjual belikan pasar untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan (Kloter dan Armstrong, 2008:345). Kloter (2008:347) menjelaskan kelengkapan produk adalah terdapat semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi oleh pelanggan oleh produsen. Kelengkapan produk menurut Engels (2007:258) adalah kualitas barang diperjual belikan dan terdapat barang di semua toko setiap hari.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2009: 184) keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan konsumen untuk membeli barang. Keputusan konsumen yang dilakukan dalam *minimarket* adalah keputusan pada saat konsumen akan membeli produk yang dijual di *minimarket* tersebut atau tidak. Ketelitian untuk membeli barang/produk diperlukan dalam proses pengambilan keputusan.

METODE PENELITIAN

Tempat yang dipilih dan digunakan oleh peneliti untuk dijadikan penelitian adalah *minimarket* di kecamatan Barat. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif berupa pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian untuk meneliti populasi atau sampel dengan tujuan menguji hipotesis yang ada. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh masyarakat yang ada di kecamatan Barat dan jumlah populasi tidak bisa diketahui secara jelas. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah berbelanja di *minimarket* kecamatan Barat minimal 1 kali pembelian. Teknik pengambilan sampel digunakan dalam penelitian ini yaitu *Purposive Sampling*. Variabel dalam penelitian ini yaitu Harga (X_1), Lokasi (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), Kelengkapan Produk (X_4) dan Keputusan Pembelian (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		384
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,09387622
Most Extreme Differences	Absolute	,029
	Positive	,021
	Negative	-,029
Test Statistic		,029
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Berdasarkan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi kolmogrov smirnov $\geq 0,05$. Sehingga normalitas yaitu nilai residual berdistribusi normal.

Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,913	1,040		3,761	,000
Harga	,092	,030	,146	3,063	,002
Lokasi	,207	,045	,232	4,636	,000
Kualitas Pelayanan	,185	,028	,330	6,487	,000
Kelengkapan Produk	-,023	,025	-,045	-,904	,367

Pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai thitung dari variabel harga sebesar $3,063 \geq$ ttbel dengan nilai 1,967 dengan nilai signifikan 0,002 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai hitung sebesar $4,636 \geq$ ttabel 1,967 dan nilai signifikasi sebesar $0,000 \leq 0,05$. Kualitas pelayanan juga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai thitung sebesar $6,487 \geq$ ttabel 1,967 dengan nilai signifikasi $0,000 \leq 0,05$, namun kelengkapan produk tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan dikarenakan nilai thitung hanya $0,904 \leq$ ttabel 1,967 dan nilai signikasi memperoleh $0,367 \geq 0,05$.

Uji Determinasi R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,743 ^a	,552	,539

Berdasarkan hasil yang diperoleh tabel diatas, dapat diketahui bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,743 diartikan bahwa terdapat hubungan yang valid antara variabel independen dengan variabel dependen karena mendekati angka 1. Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,552 yang berarti bahwa kontribusi variabel independen sebesar 55,2%. Sedangkan sisanya 44,8% dipengaruhi oleh variabel luar model.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasannya dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *minimarket* di Kecamatan Barat.

2. Variabel lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *minimarket* di Kecamatan Barat.
3. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *minimarket* di Kecamatan Barat
4. Variabel Kelengkapan Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *minimarket* di Kecamatan Barat
5. Variabel Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan Kelengkapan Produk tidak berpengaruh negatif terhadap Keputusan Pembelian.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijelaskan diatas, maka terdapat beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dan peneliti selanjutnya. Berikut saran yang dapat dijelaskan yaitu:

1. Pelaku Usaha

Bagi pelaku usaha *minimarket* di kecamatan Barat dalam peneliti ini dapat dipergunakan sebagai bahan penilaian dan masukan dalam meningkatkan strategi penjualan sehingga mampu menarik pembeli untuk membeli.

2. Untuk peneliti selanjutnya untuk meneliti yang berkaitan dengan peneliti ini perlu melihat faktor-faktor yang lain atau dapat mengembangkan lebih banyak lagi variabel-variabel bebas seperti promosi dan kualitas produk misalnya.

DAFTAR PUSTAKA

Balawera, A. (2013). Green marketing dan corporate social responsibility pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen melalui minat membeli produk organik di Freshmart kota Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1(4).

- Suryajaya, I., & Sienatra, K. B. KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA DITINJAU DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WEAR IT.
- Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46-53.
- MUHAMMAD, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Tupperware Di Business Leader Mutiara Rinjani Mataram (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram).
- Rikawati, N. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU FLADEO (Studi Kasus Pada Pengunjung Plaza Medan Fair Di Kota Medan).
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Maksum, M., & Satrio, R. B. (2018). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Wingstop. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(12)
- PONDOK PERMATA SUCI GRESIK (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Yunda, C. F. P., & SANTOSO, S. B. (2014). Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Waroeng Cowek Ireng Cabang Tusam Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 73-82.

- Sejati, B. S. A., & Yahya, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- UTAMA, P. W. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Rown Division Kota Surakarta (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Janah, M., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Dewi Hijab. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).
- Windyaningrum RR, C. K. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Penginapan Oyo di Kota Yogyakarta (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- Yanti, N. (2017). Pengaruh lokasi, persepsi harga dan kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan pada CS Minimarket Pauh Kamar Nan Sabaris. *Menara Ilmu*, 11(78).
- Arianto, N., & Patilaya, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt n Pepper Pada PT Mitra Busana Sentosa Bintaro. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 6(2), 143-154.
- Widodo, T. (2016). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Ada Baru di Kota Salatiga). *Among Makarti*, 9(1).
- Siahaan, S. D. N., & Putriku, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2), 31-35.
- Hidayat, R. R. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian”(Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa

- Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Purnomo, A. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT DI TOKO OBAT ASEAN SEJAHTERA (Doctoral dissertation, Universitas Katolik Darma Cendika).
- RIYANTO, R. (2020). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Cluster Iskandar Muda (Studi Kasus PT. Surya Metal Berjaya) (Doctoral dissertation, Universitas Buddhi Dharma).
- Rofiq, A., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Powernoise Store Studi Kasus Pada Konsumen Powernoise Store Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(02).
- Safitri, K. (2019). Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Induk Medan Tuntungan.
- Armeliani, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Dange di Desa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Sinaga, E. P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Showroom IVO Mobil Tritura Medan.
- Yufna, Y. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Tea Break di Royal Plaza Surabaya (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Amanah, D., & Layla, A. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Tokopedia.

- Com Di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan. *LIABILITIES (JURNAL PENDIDIKAN AKUNTANSI)*, 2(2), 125-138.
- Lubis, N. A. (2018). Pengaruh Suasana Toko Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Oke Supermarket Tanjung Morawa.
- Arfianti, R., & Rahmatus Sofiyah, F. (2015). Pengaruh Harga Kompetitif, Kelengkapan Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sepatu Davin Pajak USU Medan.
- Maulidina, K. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Pondok Mataram di Kota Tebing Tinggi.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 4(2).
- Antyadika, B. E., & Sugiarto, Y. (2012). Analisis pengaruh lokasi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi pada Wong Art Bakery&Café Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Hasmiati, H., & Subkhan, M. (2019). PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PAMELLA EMPAT SUPERMARKET YOGYAKARTA (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

- Munir, M. M., & DIRGANTARA, I. (2011). Analisis Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian pada Mini Market Permata di Kecamatan Balapulang (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Kurniasari, N. D., & Santoso, S. B. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Handhoko, I. (2017). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Study kasus di Pujasera Sumbersari Kabupaten Jember) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER).