

## **Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Bakso Di Kecamatan Maron Dan Kecamatan Gending**

Moh Saifur Rizal<sup>1</sup>, R Abdul Haris<sup>2\*</sup>, Elok Dwi Vidiyastutik<sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Panca Marga  
Email : [harisprof7@gmail.com](mailto:harisprof7@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian kuantitatif dengan hubungan asosiatif kausal ialah jenis penelitian yang dipakai. lokasi ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan kualitas produk ( $X_3$ ) ialah variabel independen. Sedangkan keputusan pembelian ( $Y$ ) ialah variabel dependen yang dipakai didalam penelitian ini. Sampel didalam penelitian ini ialah sebanyak 74 pelanggan dari total populasi 740 pelanggan. Penetapan sampel yang dipakai didalam penelitian ini ialah teknik *sampling purposive*. Uji dugaan sementara (Hipotesis) bisa diambil kesimpulan yaitu variabel lokasi diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,156 > 1,994$ ) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,815 > 1,994$ ) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel kualitas produk diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,459 > 1,994$ ) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : lokasi, kualitas pelayanan, kualitas produk, Keputusan pembelian.**

### **ABSTRACT**

*This research aims to determine the influence of location, service quality and product quality on purchasing decisions. Quantitative research with causal associative relationships is the type of research used. location ( $X_1$ ), service quality ( $X_2$ ) and product quality ( $X_3$ ) are independent variables. Meanwhile, the purchasing decision ( $Y$ ) is the dependent variable used in this research. The sample in this research was 74 customers from a total population of 740 customers. The sample used in this research was a purposive sampling technique. The temporary hypothesis test (Hypothesis) can be concluded, namely that the location variable obtained the value  $t_{count} > t_{table}$  ( $8.156 > 1.994$ ) indicating that location has a significant effect on purchasing decisions, the service quality variable obtained the value  $t_{count} > t_{table}$  ( $2.815 > 1.994$ ) indicating that service quality has a significant effect on purchasing decisions and product quality variables, the value obtained is  $t_{count} > t_{table}$  ( $9.459 > 1.994$ ) indicating that product quality has a significant effect on purchasing decisions.*

**keywords: location, service quality, product quality, purchasing decisions.**



## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Secara umum dalam perkembangan usaha di Kabupaten Probolinggo menjadi salah satu terjadinya persaingan pedagang makanan siap saji yang sangat tinggi, seperti yang terjadi pada pedagang bakso di dua daerah yaitu di Kecamatan Maron dan Kecamatan Gending yang memiliki jumlah pedagang yang cukup banyak dan mudah di temui dengan tempat yang berbeda. Dimana pedagang tersebut berjumlah 17 warung bakso di Kecamatan Maron dan 20 warung bakso di Kecamatan Gending. Lokasi merupakan letak dimana sebuah perusahaan atau industri berada yang memiliki nilai penting yang berpengaruh pada penjualan dan pencarian laba baik secara jangka pendek dan jangka panjang. Dalam pemasaran konsumen juga tidak akan luput menilai perilaku produsen untuk melakukan keputusan pembelian, yaitu dengan kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat berpengaruh. Selain itu dalam pemasaran konsumen memilih produk untuk melakukan keputusan pembelian, yaitu dengan bagaimana kualitas produk yang dijualnya. dalam hal ini yang sangat berpengaruh bagi konsumen dalam rasa ingin memutuskan pembelian akan muncul terhadap konsumen.

### Rumusan Masalah

Adakah pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada warung bakso di Kecamatan Maron dan Kecamatan Gending? Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada warung bakso di Kecamatan Maron dan Kecamatan Gending? Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada warung bakso di Kecamatan Maron dan Kecamatan Gending?

## 2. TELAAH PUSTAKA

### Lokasi

Lokasi merupakan letak dimana sebuah perusahaan atau industri berada yang memiliki nilai penting yang berpengaruh pada penjualan dan pencairan laba baik secara jangka pendek dan jangka panjang (Rusydi, 2022). Indikator lokasi menurut (Rusydi, 2022) diantaranya : Akses, Visibilitas, Lalu lintas, Tempat parkir, Ekspansi, Lingkungan, Persaingan (Lokasi pesaing), Peraturan pemerintah

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan Tjiptono dalam (Meithiana, 2019). Indikator kualitas pelayanan Menurut Lupiyodadi dan Hamdani dalam (Meithiana, 2019) diantaranya: Berwujud, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Kepastian, Empati



### **Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan Davis dalam (Zulian Zamit, 2018). Indikator kualitas produk menurut Gavin dalam (Zulian Zamit, 2018) antara lain: *Performance, Features, Reliability, Conformance, Durability, Serviceability, Estetika, Perceived*

### **Keputusan pembelian**

Keputusan pembelian adalah proses integresi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya menurut Peter dan Olson dalam (Meithiana, 2019). Indikator Keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong dalam (Priansa, 2017) antara lain: Pilihan produk, Pilihan Merek, Pilihan saluran pembelian, Waktu pembelian, Jumlah pembelian

### **Penelitian Terdahulu**

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mendukung diantaranya penelitian pratama dan sutrisna 2023, Hidayah dan Suryawardana (2018), Harahab Dkk, (2021), Pebrianti (2022) dan Pristiawan, Mariah Dkk (2022).

### **Hipotesis**

H1: Diduga ada pengaruh secara parsial lokasi terhadap keputusan pembelian pada Warung Bakso Di Kecamatan Maron Dan Kecamatan Gending. (Rusydi, 2022).

H2: Diduga ada pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Warung Bakso Di Kecamatan Maron Dan Kecamatan Gending. (Meithiana, 2019).

H3: Diduga ada pengaruh secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Warung Bakso Di Kecamatan Maron Dan Kecamatan Gending. (Zulian Zamit, 2018).

## **3. METODOLOGI**

Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal dipakai didalam penelitian ini. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015). Adapun pengertian Populasi. Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (V. Wiratna Sujarweni, 2019). Penelitian ini Populasi nya ialah pelanggan yang melakukan pembelian pada 37 warung bakso yang jumlahnya 740 responden.



Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian (Sugiyono, 2015). Didalam penelitian ini Penetapan sampel yang dipakai ialah teknik sampling purposive. Sampel yang diterapkan oleh peneliti sebanyak 74 responden. Teknik pengumpulan data yang dipakai ialah observasi dan kuesioner. Desain yang dipakai didalam penelitian ini yakni data utama/primer serta data pendukung. Data primer merupakan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber (V. Wiratna Sujarweni, 2019). Data Sekunder merupakan data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, lapoaran pemerintah, artikel, buku-buku sebagai, majalah dan lain sebagainya (V. Wiratna Sujarweni, 2019). Analisis data yang dipakai ialah uji validitas serta uji realibilitas, uji asumsi klasik (uji Normalitas, uji multikolineritas, uji heteroskedastisitas serta uji linieritas), analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, serta pengujian dugaan sementara (Hipotesis) uji parsial (uji t) (Rahmansyah et al., 2021, 2022).

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil

##### Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

| No. Pernyataan | X1    | X2    | X3    | Y     | Ketentuan | Keterangan   |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-----------|--------------|
| 1              | 0,648 | 0,810 | 0,605 | 0,769 | > 0.228   | <b>Valid</b> |
| 2              | 0,645 | 0,642 | 0,656 | 0,874 | > 0.228   | <b>Valid</b> |
| 3              | 0,650 | 0,715 | 0,785 | 0,864 | > 0.228   | <b>Valid</b> |
| 4              | 0,749 | 0,649 | 0,556 | 0,809 | > 0.228   | <b>Valid</b> |
| 5              | 0,719 | 0,762 | 0,662 | 0,699 | > 0.228   | <b>Valid</b> |
| 6              | 0,645 |       | 0,572 |       | > 0.228   | <b>Valid</b> |
| 7              | 0,632 |       | 0,642 |       | > 0.228   | <b>Valid</b> |
| 8              | 0,763 |       | 0,556 |       | > 0.228   | <b>Valid</b> |

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dalam Tabel 1 diatas, bisa tampak jika semua konsep pengukuran untuk semua variabel yang dipakai didalam penelitian ini valid sebab r hitung > r tabel. Berdasarkan uji validitas untuk setiap item variabel, skor r hitung lebih dari nilai r dalam tabel = 0,228. Kriteria didalam uji ini yakni r hitung > r tabel maka butir atau pernyataan valid (V. Wiratna Sujarweni, 2019).



### Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel            | Cronbach's Alpha | Critical Value | Keterangan |
|---------------------|------------------|----------------|------------|
| Lokasi              | 0,834            | 0,60           | Reliabel   |
| Kualitas pelayanan  | 0,758            | 0,60           | Reliabel   |
| Kualitas produk     | 0,765            | 0,60           | Reliabel   |
| Keputusan Pembelian | 0,861            | 0,60           | Reliabel   |

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dalam Tabel 2 tersebut bisa diambil simpulan setiap variabel yang dipakai didalam penelitian ini ialah reliabel sebab skor *Cronbach's Alpha* lebih dari ketentuan reliabilitas yakni 0,60. Kriteria didalam uji ini yakni skor *Cronbach Alpha* > 0,60 maka *reliable* (V. Wiratna Sujarweni, 2019).

### Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

| Asymp. Sig. (2-tailed) | Ketentuan Sig | Keterangan           |
|------------------------|---------------|----------------------|
| . 0,200                | >0,05         | Berdistribusi Normal |

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dalam Tabel 3 diatas, bisa tampak jika nilai sig sebesar 0,200 > 0,05. Dengan begitu data ditemukan berdistribusi secara normal. Kriteria didalam uji ini yakni skor sig > 0,05 maka data terdistribusi secara normal (V. Wiratna Sujarweni, 2019).

### Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

| Variabel           | Tolerance | Ketentuan | VIF   | Ketentuan | Keterangan    |
|--------------------|-----------|-----------|-------|-----------|---------------|
| Lokasi             | .205      | 0,10      | 4,884 | 10        | Tidak Terjadi |
| Kualitas Pelayanan | .213      | 0,10      | 4,699 | 10        | Tidak Terjadi |
| Kualitas Produk    | .809      | 0,10      | 1,237 | 10        | Tidak Terjadi |

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dalam Tabel 4 tersebut, perolehan uji multikolinieritas bisa dilihat jika nilai *tolerance* variabel lokasi ( $X_1$ ) 0,205, variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) 0,213 dan variabel kualitas produk ( $X_3$ ) 0,809 yang menampakkan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. serta nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* variabel Lokasi ( $X_1$ ) 4,884, variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) 4,699 dan variabel kualitas produk ( $X_3$ ) 1,237 yang menampakkan nilai VIF lebih kecil dari 10. Semua ini menampakkan jika tidak terdapat kemiripan antar variabel independent diatas. Akibatnya, model ini tak punya multikolinearitas. Kriteria didalam uji ini yakni skor *tolerance* > 0,10 serta skor VIF < 10,00. Semua ini menampakkan jika data yang diperiksa tak mengalami multikolinearitas (V. W. Sujarweni, 2019).



### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

| Variabel           | Tolerance | Ketentuan | Keterangan            |
|--------------------|-----------|-----------|-----------------------|
| Lokasi             | 0,604     | >0,05     | Tidak Terjadi Masalah |
| Kualitas Pelayanan | -0,381    | >0,05     | Terjadi Masalah       |
| Kualitas Produk    | -0,269    | >0,05     | Terjadi Masalah       |

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dari hasil uji glejser diatas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kecerdasan intelektual yaitu 0,657, variabel Komitmen yaitu 0,659, variabel Budaya kerja yaitu 0,754, lebih besar dari 0,05 sehingga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Variabel           | Unstandardized Coefficients B | Keterangan       |
|--------------------|-------------------------------|------------------|
|                    | -2,537                        |                  |
| Lokasi             | 0,519                         | Hubungan Positif |
| Kualitas Pelayanan | -0,298                        | Hubungan negatif |
| Kualitas Produk    | 0,357                         | Hubungan Positif |

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

$$Y = -2,537 + 0,519 X_1 + -0,298 X_2 + 0,357 X_3 + 1,369$$

Berdasar persamaan regresi itu bisa diberi makna jika :

(a) Nilai constanta (a) ialah -2,537 yakni bila tidak mengalami perubahan variabel Lokasi ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan kualitas produk ( $X_3$ ), maka didapat nilai keputusan pembelian setinggi -2,537. (b) Koefisien regresi  $b_1$  (Lokasi) = 0,519 yang mengatakan bila ada peningkatan satu satuan Lokasi akan memengaruhi seberapa baik keputusan pembelian setinggi 0,519 dengan variabel independen yang lain berupa kualitas pelayanan dan kualitas produk. (c) Koefisien regresi  $b_2$  (kualitas pelayanan) = -0,298 yang mengatakan bila ada peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan memengaruhi seberapa baik keputusan pembelian setinggi -0,298 dengan variabel independen yang lain Lokasi dan kualitas produk. (d) Koefisien regresi  $b_3$  (kualitas produk) = 0,357 yang mengatakan bila ada peningkatan satu satuan kualitas produk akan memengaruhi seberapa baik keputusan pembelian setinggi 0,357 dengan variabel independen yang lain berupa Lokasi dan kualitas pelayanan.

### Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model | R Square | Keterangan        |
|-------|----------|-------------------|
| 1     | 0,842    | 84,2% berpengaruh |

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dalam Tabel 7 diatas bisa tampak jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) setinggi 0,842 ini berarti jika 84,2% variabel dependent hasil kerja dipengaruhi oleh variabel Lokasi, kualitas pelayanan dan kualitas produk. Sedangkan sisanya 15,8% dipengaruhi oleh variabel



lainnya yang tidak di uji pada penelitian ini. Variabel bebas punya dampak yang sempurna pada variabel terikat bila skor koefisien determinasi mendekati 1 (V. W. Sujarweni, 2019).

### Uji Hipotesis

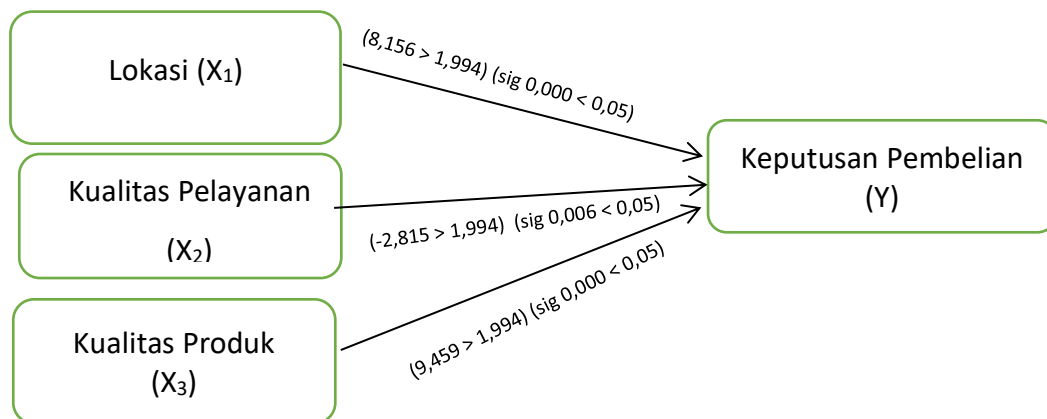
Tabel 8. Hasil Uji t

| Variabel           | Sig.  | Ketentuan sig. | Keterangan  |
|--------------------|-------|----------------|-------------|
| Lokasi             | 0,000 | < 0,05         | Berpengaruh |
| Kualitas Pelayanan | 0,006 | < 0,05         | Berpengaruh |
| Kualitas Produk    | 0,000 | < 0,05         | Berpengaruh |

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

(a) Perolehan uji t untuk variabel lokasi ( $X_1$ ) skor  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,156 > 1,994$ ) serta taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . Semua ini diambil simpulan jika variabel lokasi ( $X_1$ ) berdampak pada keputusan pembelian (Y). (b) Perolehan uji t untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) skor  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $-2,815 > 1,994$ ) serta taraf signifikan  $0,006 < 0,05$ . Semua ini diambil simpulan jika variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berdampak pada keputusan pembelian (Y). (c) Perolehan uji t untuk variabel kualitas produk ( $X_3$ ) skor  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,459 > 1,994$ ) serta taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . Semua ini diambil simpulan jika variabel kualitas produk ( $X_3$ ) berdampak pada keputusan pembelian (Y). Kriteria didalam uji ini yakni  $t_{hitung} > t_{tabel}$  serta skor  $sig < 0,05$  (V. Wiratna Sujarweni, 2019).

### Pembahasan



Gambar 1 : Hasil Kerangka Berpikir

Sumber : Data diolah SPSS, 2023



### **Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan pembelian pada warung bakso di Kecamatan Maron dan Kecamatan Gending**

Melalui hasil perhitungan yang dilakukan, variabel lokasi ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,156 > 1,994$ ) ( $sig\ 0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian, variabel lokasi ( $X_1$ ) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada warung bakso di Kecamatan Maron dan Kecamatan Gending. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi terhadap lokasi maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat. Pemilihan lokasi yang tepat dapat menentukan keberhasilan suatu bisnis. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayah Dian ariyani dan Edy suryawardana (2018), Harahab Delila fitri, Yuniar Mryanti dan Herawati (2021) dan Pebrianti. Tutik (2022).

### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada warung bakso di Kecamatan Maron dan Kecamatan Gending**

Melalui hasil perhitungan yang dilakukan, variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,815 > 1,994$ ) ( $sig\ 0,006 < 0,05$ ). Dengan demikian, variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada warung bakso di Kecamatan Maron dan Kecamatan Gending. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan sehingga pelanggan cenderung akan lebih tertarik untuk kembali membeli produk jika mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh warung bakso tersebut. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayah Dian ariyani dan Edy suryawardana (2018), Nugroho Aditya (2021) dan Suarditini Dian, Dimas Anugerah, Fatimahtu Zahra, Fernando Imanuel Sitorus (2023).

### **Pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan pembelian pada warung bakso di Kecamatan Maron dan Kecamatan Gending**

Melalui hasil perhitungan yang dilakukan, variabel kualitas produk ( $X_3$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,459 > 1,994$ ) ( $sig\ 0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian, variabel kualitas produk ( $X_3$ ) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada warung bakso di Kecamatan Maron dan Kecamatan Gending. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. kualitas produk yang baik dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih bakso dengan rasa yang lezat dan bahan baku yang berkualitas. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayah Dian ariyani dan Edy suryawardana (2018), Harahab Delila fitri, Yuniar Mryanti dan Herawati (2021) dan Himawan Baron, Sumaryanto, Retno Susanti (2016).

## **5. KESIMPULAN**

Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian. Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap





keputusan pembelian. Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan kualitas produk yang baik dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Untuk penelitian selanjutnya, agar bisa menggunakan objek penelitian yang baru atau menambahkan variabel yang lain selain variabel dalam penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, N. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar*. 7.
- Baron, H., Sumaryanto, & Susanti, R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Warung Mie Ayam Bakso Ajeng Karanganyar. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(3), 351.
- Harahab, D. Fitri, Mryanti, Y., & Herawati. (2021). pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi konsumen) UMKM bakso dan mie ayam barokah Ina kabupaten bungo. *Jurnal Nation Conference on Applied Bunnie Education Tenologi*.
- Hidayah, D. ariyani, & Suryawardana, E. (2018). pengaruh kualitas produk, layanan, persepsi harga, lokasi dan word of mouth terhadap keputusan pembelian bakso pak war. *Jurnal Majalah Ilmiah*, 16(2).
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Pebrianti, T. (2022). pengaruh produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada warung bakso macan lindungan Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Lingkar Selatan: CV PUSTAKA SETIA.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS (Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum)*. Yogyakarta: ANDI.
- Rahmansyah, A. I., Balqis, N. S., Rahajeng, Y., Elmas, M. S. H., & Masluha, S. (2022). The Effect of Non Performing Financing and Financing to Deposit Ratio On Return On Assets. *Assets : Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 6(2), 100–107. <https://doi.org/10.30741/assets.v6i2.849>
- Rahmansyah, A. I., Wardayati, S. M., & Miqdad, M. (2021). Audit Committee, Board, and Audit Report Lag. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 11(1), 19–30. <https://doi.org/10.30741/wiga.v11i1.577>
- Rusydi, A. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Suarditini, Dian, Anugrah, D., Zahra, F., & Sitorus, F. I. (2023). Strategi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan PembelianBakso dan Mi Ayam



Pakde Kembar (Studi Dikantin Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis*.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Sujarweni, V. W. (2019). *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi pendekatan kuantitatif*. Pustakabarupress.

Sujarweni, V. Wiratna. (2019). *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi pendekatan kuantitatif*. Jogjakarta: Pustakabarupress.

Zulian Zamit. (2018). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.