

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PASCA PANDEMIC COVID (STUDI PADA  
KONSUMEN DI SARDO SWALAYAN KOTA MALANG)**

**Skripsi**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh:  
Insyanin Qamilia Arrum  
21901092180



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
MALANG  
2023**

## RINGKASAN

Insyanin Qamilia Arrum, 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pasca Pandemic Covid (Studi Pada Konsumen Di Sardo Swalayan Kota Malang. Dr. Siti Saroh, M.Si selaku pembimbing utama, dan Ibu Khoiriyah Trianti, SE., M.S.A selaku pembimbing kedua.

Tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah untuk melihat Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pasca Pandemic Covid (Studi Pada Konsumen Di Sardo Swalayan Kota Malang). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis korelasi. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner dalam bentuk *skala likert*. Jumlah sampel yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini berjumlah 100 orang responden Mahasiswa sebagai pelanggan Sardo Swalayan Di Kota Malang. Selain itu juga, teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen dan hipotesis pertama di terima. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian, untuk itu hipotesis kedua diterima. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian dan hipotesis ketiga diterima. Kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Sardo Swalayan Kota Malang dan hipotesis keempat diterima setelah dilakukan uji secara parsial dan simultan.

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pihak Sardo Swalayan Kota Malang supaya dapat terus mempertahankan kualitas pelayanannya, karena dengan itu konsumen akan terdorong untuk melakukan pembelian secara terus menerus dan memungkinkan untuk menjadi pelanggan setia, sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan profit atau keuntungan Sardo Swalayan Kota Malang.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian

## SUMMARY

*Insyanin Qamilia Arrum, 2023. The Influence of Service Quality, Price and Location on Purchase Decisions Post Pandemic Covid (Study on Consumers at Sardo Supermarkets in Malang City. Dr. Siti Saroh, M.Sc as main supervisor, and Mrs. Khoiriyah Trianti, SE., M.S.A as second mentor.*

*The purpose of conducting this research is to see the effect of service quality, price and location on purchasing decisions after the Covid pandemic (studies on consumers at Sardo Supermarkets in Malang).*

*This study uses a quantitative approach with a type of correlation. The data collection technique in this study was using a questionnaire in the form of a Likert scale. The number of samples used in the implementation of this study amounted to 100 student respondents as customers of Sardo Supermarkets in Malang City. In addition, the data analysis technique used is the classical assumption test and hypothesis test.*

*The results showed that there was a positive and significant influence between service quality and consumer purchasing decisions and the first hypothesis was accepted. There is a positive and significant influence between price and purchase decision, for that the second hypothesis is accepted. There is a positive and significant influence between location on purchasing decisions and the third hypothesis is accepted. Service quality, price, and location together have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at Sardo Supermarkets in Malang City and the fourth hypothesis is accepted after partial and simultaneous testing.*

*It is hoped that the results of this study can be a reference for Sardo Supermarkets in Malang City so that they can continue to maintain the quality of their services, because by doing so consumers will be encouraged to make purchases continuously and enable them to become loyal customers, so that they can indirectly increase Sardo Supermarket's profits Malang city.*

**Keywords:** Service Quality, Price, Location, Purchase Decision

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1. 1 Latar Belakang

Pandemi berdampak menyeluruh pada industri penyedia berbagai jenis barang dan lain sebagainya. Covid-19 ini lambat laun kasusnya semakin berkurang sehingga membuat tatanan dunia bisnis untuk mengatur kembali sistem manajemen pengelolaan perusahaan dalam meningkatkan pendapatannya. Pada masa pasca covid ini sendiri juga, perusahaan atau pelaku bisnis dapat lebih kreatif dan inovatif dalam menjalankan usahanya dikarenakan kerasnya persaingan pada semua sektor bisnis.

Sejumlah besar perusahaan yang bersaing menciptakan tekanan dengan meningkatkan persaingan (Santika, 2022). Selain itu juga, hal yang menjadi penentu keberhasilan dari suatu usaha adalah lokasi dari penentu usaha. Hal ini dibuktikan berdasarkan Sinaga & Lubis (2022) menjelaskan bahwa semakin bagus lokasi dari pelaku usaha, maka semakin tinggi pula tingkat pengunjungnya. Untuk itu, maka perusahaan berperan penting memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya (Syahidan *et al.*, 2015). Bisnis dapat memanfaatkan pemahaman mereka tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan (Firdiyansyah, 2017).

Berdasarkan Setiawan *et al* (2020) menjelaskan bahwa dalam memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan harus lebih jeli dengan perubahan yang ada. Dalam bisnis jual beli, perusahaan harus memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Karena, kualitas pelayanan merupakan aspek terpenting dalam

dunia bisnis jual beli (Bahar & Sjaharuddin, 2015). Tingginya rasa aman dan nyamannya seorang pembeli dapat dilihat pada kualitas pelayanan sebuah penyedia pembelanjaan. Karena, unsur-unsur yang terdapat dalam kualitas pelayanan ini ialah adanya *Responsiveness*, *Assurance*, *Tangible*, *Empathy*, dan *Reliability* (Setiawan *et al.*, 2020).

Pribowo & Milinia (2022) menyimpulkan kualitas pelayanan dengan keputusan pembeli mempunyai pengaruh. Apabila kualitas pelayanan sangat baik pada penyedia barang, maka dapat memuaskan konsumen. Hal yang selaras dikatakan oleh Sopiyan (2022) dengan kesimpulan kualitas pelayanan memiliki ke keputusan pembelian. Pembelian suatu barang adalah harga sebuah barang itu sendiri (Yazid & Hidayat, 2020). Karena informasi tentang harga barang merupakan aspek penentu yang dijadikan sebagai standarisasi dari kualitas barang oleh pembeli. Hal yang selaras dikatakan oleh Paradila & Risal (2023) menjelaskan harga juga berpengaruh dalam keputusan pembelian suatu barang. Harga mengacu pada biaya yang biasanya dibayarkan entitas bisnis kepada pelanggannya untuk memperolehnya (Amilia & Asmara, 2017) dalam (Wicaksono *et al.*, 2023).

Dalam artikel tersebut juga menyimpulkan harga berpengaruh ke keputusan pembelian. Selain itu, hal yang menjadi keputusan dalam pembelian adalah lokasi ataupun tata letak dari toko (Perusahaan). Lokasi merupakan aspek terpenting dalam keputusan pembelian suatu barang yang menjadi pertimbangan dari konsumen (Banurea & Aisyah, 2022). Karena Lokasi merupakan suatu tatanan komersial dan bisnis yang ditentukan dan mudah untuk dijangkau oleh pembeli (Nurlia, 2021). Berdasarkan Senggetang *et al* (2019) menjelaskan bahwa akses dan

*visibilitas* adalah factor penentunya. Penentuan lokasi oleh perusahaan dengan melihat dan menganalisis jenis interaksi konsumen dengan jenis usaha yang disediakan (Hardiansyah *et al.*, 2019).

Berdasarkan uraian diatas, selaras dengan pelaku usaha bisnis yang ada di Kota Malang yang julukannya sebagai Kota Pendidikan. Untuk sensus penduduknya setiap tahun semakin bertambah secara pesat. Karena, Kota Malang juga tujuan bagi para pendatang baik pekerja, wisatawan, mahasiswa, dan pelaku bisnis sangat berpotensi membuka banyak peluang usaha khususnya di bidang *retail & garment*.

Terbukti bahwa banyaknya pasar tradisional, swalayan, dan mall-mall yang tersebar di berbagai sudut Kota Malang. Untuk itu, bukti nyata jika bisnis tersebut sangat berpeluang besar dan menghasilkan banyak keuntungan. Sardo Swalayan ini terletak di Jl. Gajayana no.500 Malang, sebuah tempat belanja retail yang hampir menyediakan seluruh kebutuhan sehari-hari, dimulai dari *fashion* hingga pecah belah. Sardo Swalayan terkenal dengan harga produk bersaing mampu menjadi favorit kalangan mahasiswa yang membeli keperluan kost maupun studi Pendidikan. Pelayanan jam operasional Sardo Swalayan buka 09.00 sampai 21.00 WIB.

Pemilik Sardo Swalayan beserta karyawan ini dituntut untuk selalu melengkapi produk-produk yang diinginkan konsumen. Pada aspek pelayanan, sering terjadi komplain yang dilakukan oleh konsumen. Adapun komplain yang dilakukan oleh konsumen pada tanggal 15 Maret 2023, konsumen menegur karyawan terkait dengan pelayanan kasir yang masih kurang baik sehingga

mengakibatkan antrian panjang. Seharusnya dalam pelayanan pada setiap meja kasir, karyawan yang terdapat minimal dua orang namun pada kenyataannya hanyalah satu orang sehingga mengakibatkan antrian panjang. Selain itu juga, komplain yang biasanya dilakukan oleh pelanggan sardo ialah pada pelayanan yang dilakukan oleh karyawan, stempel harga, dan tempat parkir. Hal tersebut dapat dibuktikan berdasarkan komplain yang pernah dilakukan oleh konsumen pada tanggal 7 maret 2023 yang mana komplain yang dilakukan oleh konsumen terkait dengan tidak terdapatnya label harga pada barang yang disediakan oleh pihak toko sehingga membuat konsumen mencari-cari karyawan dengan tujuan menanyakan informasi harga dari barang tersebut.

Namun yang menjadi pembeda dari Sardo Swalayan ini adalah terkait harga yang diberikan dibandingkan dengan toko lain. Karena, dari segi harga sendiri yang disediakan oleh pihak sardo masih relatif murah dan terjangkau. Hal ini dibuktikan berdasarkan perbandingan harga dari jenis barang air mineral 1,5L sendiri pada masa sebelum pandemic. Contoh kasus yang kedua adalah pada jenis barang Vit 1,5L yang mana harganya sebelum pandemi Rp. 3.000, sesudah pandemi dengan harga Rp. 3.200 dan harga yang diberikan adalah Rp. 5.000. Harga yang relatif murah tersebut memberikan dorongan kepada para konsumen untuk berbelanja di sardo swalayan.

Pada tanggal 12 Maret 2023, konsumen memberikan saran kepada karyawan untuk menyampaikan ke *owner* bahwa parkir yang disediakan oleh pihak sardo masih relatif sempit, terbatas dan bahkan tidak disediakan parkir untuk mobil.

Pada tanggal 16 Maret 2023 wawancara kepada konsumen yang berbelanja di Sardo Swalayan dengan inisial S menyatakan bawah”.

“Dalam penyediaan barang yang dilakukan oleh pihak sardo masih *relative* kurang baik karena dari sekian banyak jenis barang, masih ada barang sering habis dan lama untuk di *restock* kembali oleh pihak sardo. Pada pelayanan yang dilakukan oleh pihak sardo, masih *relative* kurang baik juga karena apabila membeli barang pada lantai dua dan tiga tidak bisa diambil secara langsung dan barangnya harus diambil di lantai satu sehingga membuat pelanggan menjadi malas. Selain itu juga, yang menjadi kendala dari sardo swalayan sendiri adalah jalan yang ada di depan toko masih sering terjadi kemacetan, banjir dan lahan parkirnya masih *relative* kecil yang hanya bisa ditempati oleh sepeda motor saja. Namun keamanan parkir yang disediakan oleh pihak sardo sangat baik dan harga dari barangnya *relative* murah untuk mahasiswa”.

Sedangkan berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada konsumen dengan inisial Z menyatakan bahwa’.

“Penempatan barang yang dilakukan oleh pihak sardo masih belum jelas, dikarenakan bercampur aduk dari sebagian jenis barang. Dari beberapa barang pada jenis pecah belah, ada beberapa yang tidak dikasih label harga. Namun yang menjadi kelebihan dari sardo sendiri adalah harga murah pada perkakasan rumah tangga, baju, serta makanan ringan masih *relative* murah sehingga membuat pelanggan menjadi senang berbelanja”.

Berdasarkan beberapa penjelasan tersebut, diambil suatu kesimpulan kualitas pelayanan, harga, dan lokasi dalam membangun suatu usaha bisnis merupakan aspek terpenting yang menjadi pertimbangan dari sebuah perusahaan. Karena pada aspek tersebut dapat memberikan keterpengaruhan dalam pembelian dari seorang konsumen. Untuk itu, adapun judulnya **“Pengaruh Mutu Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pasca Pandemic Covid (Studi Sardo Swalayan Kota Malang)”**.

## **2. 1 Rumusan Masalah**

1. Adanya keterpengaruhan kualitas pelayanan ke keputusan pembelian di Sardo Swalayan?
2. Adanya keterpengaruhan harga ke keputusan pembelian di Sardo Swalayan?
3. Adanya keterpengaruhan lokasi ke keputusan pembelian di Sardo Swalayan?
4. Adanya keterpengaruhan kualitas pelayanan, harga, lokasi ke pembelian di Sardo Swalayan?

## **3. 1 Tujuan Penelitian**

1. Melihat keterpengaruhan pelayanan ke keputusan pembelian konsumen di Sardo Swalayan.
2. Melihat keterpengaruhan harga ke keputusan pembelian konsumen di Sardo Swalayan.
3. Melihat adanya keterpengaruhan lokasi ke keputusan pembelian konsumen di Sardo Swalayan.
4. Melihat engetahui adanya keterpengaruhan dari pelayanan, harga, lokasi ke pembelian konsumen di Sardo Swalayan?

## **4. 1 Manfaat Penelitian**

1. Secara teoritis

Temuannya bermanfaat bagi manajemen pemasaran dan peneliti lain dalam menganalisis variabel yang relevan dengan topik penelitian ini.

## 2. Secara praktis

Harapannya membantu pemilik usaha dalam menentukan kualitas pelayanan, harga, dan lokasi ke keputusan pembelian.

### 5. 1 Sistematika Pembahasan

Sistematika tertulis dibuat untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai temuan penelitian, memberikan rincian materi dan topik yang dibahas pada setiap bab. Namun sebelum melanjutkan ke bab pertama, terdapat sampul, formulir penerimaan, pengukuhan skripsi dan lain sebagainya.

#### BAB I: PENDAHULUAN

Memberikan ringkasan dimulai latar belakang dalam penelitian, masalah penelitian, tujuan dilakukannya riset, manfaat dari riset, dan sistematika.

#### BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Akan menemukan makalah riset sebelumnya dan berlandaskan teori, serta kerangka hipotesis.

#### BAB III: METODE PENELITIAN

Memberikan rincian tentang cara mengukur sampel dan menentukan signifikansi statistik yang sesuai untuk setiap sampel.

#### BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Mendeskripsikan perusahaan, mengidentifikasi orang, menyajikan angka untuk ditinjau atau dianalisis, dan terlibat dalam diskusi.

#### BAB V: PENUTUP

Penulis sajikan rakuman penjelasan paparan sebelumnya, berdasarkan penjelasan yang ada.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

5.1.1. Pembelian dari Sardo Swalayan Kota Malang seringkali dikaitkan dengan kualitas pelayanan. Hipotesis pertama diterima. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang diberikan Sardo Swalaya Kota Malang baik. Karena, dalam kualitas pelayanan pada sardo swalayan dapat memberikan kenyamanan kepada para pelanggan yang berbelanja dimulai dari pemenuhan kebutuhan bagi para mahasiswa.

5.1.2. Adanya pengaruh positif dari harga ke keputusan pembelian di Sardo Swalayan Kota Malang. Untuk itu hipotesis kedua diterima. Harga ini merupakan poin penting yang mempengaruhi keputusan pembelian dari para pelanggan Sardo Swalayan yang ada di Kota Malang. Dari pihak sardo swalayan selalu memberikan harga yang sesuai dengan harapan para pelanggannya dikarenakan para pelanggan selalu melakukan suatu perbandingan harga terlebih dahulu sebelum membeli barang.

5.1.3. Adanya pengaruh positif dari lokasi ke keputusan pembelian di pelanggan Sardo Swalayan Kota Malang. Lokasi yang terdapat pada sardo swalayan mudah untuk di jangkau, dan memiliki lokasi parkir yang luas kepada para pelanggan sehingga variabel lokasi tersebut dapat memberikan keterpengaruhan pada keputusan dari pembelian para konsumen Sardo Swalayan Kota Malang.

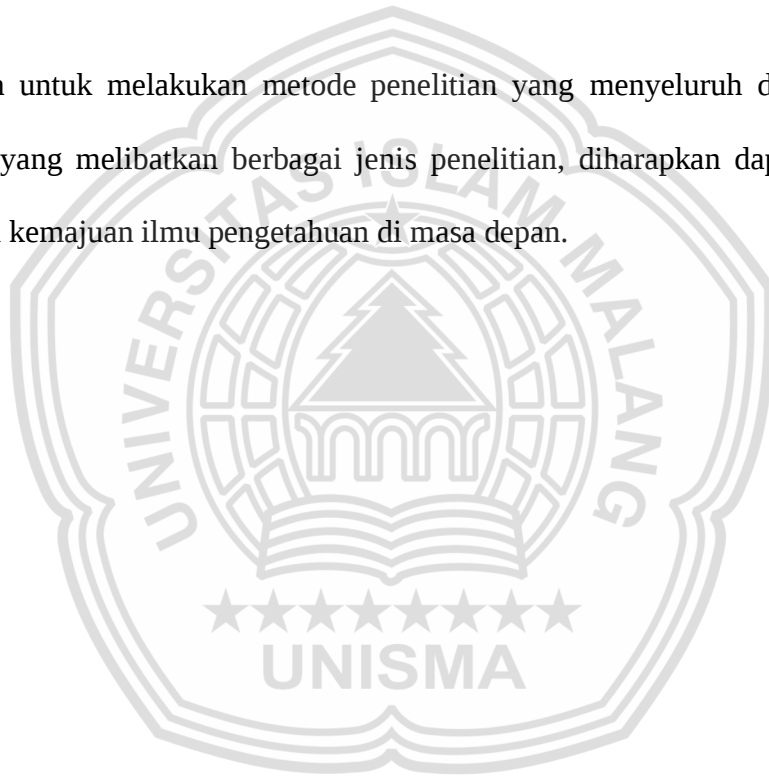
5.1.4. Mutu pelayanan, lokasi, dan harga serta semua faktor yang mempengaruhi perbuatan membuat janji temu di Sardo Swalayan Kota Malang.

## 5.2 Saran

Merujuk pada penjelasan diatas, saran yang didapatkan ialah.

5.2.1. Sardo Swalayan Kota Malang dapat menjadikan penelitian tersebut sebagai panduan untuk mempertahankan layanan berkualitas tinggi dan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian lebih banyak.

5.2.2. Kemampuan untuk melakukan metode penelitian yang menyeluruh dan komprehensif, yang melibatkan berbagai jenis penelitian, diharapkan dapat memungkinkan kemajuan ilmu pengetahuan di masa depan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, & Anggriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 224–231. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.174>
- Amrullah, Siburian, P. S., & ZA, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118. <http://journal.feb.unmul.ac.id>
- Annisaa, M. D. L., Suharto, A., & Nursaidah, N. (2022). Pengaruh Lokasi, Harga, Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ud Adam Jaya. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(01), 30–40. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i01.4516>
- Bahar, A., & Sjaruddin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Banurea, S. A., & Aisyah, S. (2022). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Kantin UIN Sumatera Utara). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, BIsnis Dan Sosial*, 2(4), 555–560. <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/146/105>
- Ekasari, R., & Putri, T. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 3(2), 266. <https://doi.org/10.51804/iej.v3i2.937>
- Firdiyansyah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektornik REKAMAN*, 1(1), 1–9.
- Ghozali, Imam. 2005. APLikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hasan, A. (2009). Marketing Edisi Baru. Media Pressindo.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911/31075>
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 90–107.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang.

- Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Indahsari, L. N., & Roni, M. (2022). Margin : Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Lokasi Terhadap Pemasaran Esensi & Aplikasi, 1, 52–60.
- Karundeng, V. A., Soegoto, A. S., & Arie, F. V. (2021). Pembelian Konsumen Di Indomaret Point Kawasan Megamas Saat Pandemi Covid-19 the Effect of Service Quality , Price , and Location on Consumer Buying Decision At Indomaret Point Kawasan Megamas During the Covid-19 Pandemic. *Jurnal EMBA Vol . 9*, 9(4), 702–711.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 6(2), 195–210. [https://doi.org/10.47329/jurnal\\_mbe.v6i2.431](https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v6i2.431)
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada CV. XP Computer, Boyolali). *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 14–24. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.262>
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Nurlia, L. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linier. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.52005/jursistekni.v3i1.75>
- Nurlina, Milasari, & Indah, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. *Ocean Economics Journal*, 3(1), 1–8.
- Paradila, H., & Risal, T. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada PT. Carsurindo Siperkasa. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 3(1), 29–38.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus 212 Mart Cikaret. *El-Mal : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.345>
- Pribowo, M. G. N. A., & Milinia, A. T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Fresh Kapuas Kota Bengkulu. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 20(1), 105–123.

- Santika, N. W. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di angkringan romusha nganjuk. *Senmea*, 115–123.
- Saputra, M. A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Kedai Kopi AGEPE (Arek Gresik Punya) Kota Malang. *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG*, 66–71. <http://etheses.uin-malang.ac.id/13782/>
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 261–270. <https://doi.org/10.37481/sjr.v3i3.221>
- Sinaga, M., & Lubis, D. S. W. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi terhadap keputusan menginap di hotel POP Kelapa Gading. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(9), 4106–4115. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i9.1613>
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Sugiyono, S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syahidan, M. I., Herbowo, A. B., & Wulandari, S. (2015). Peningkatan Kualitas Pelayanan Berdasarkan Analisis Kebutuhan Pelanggan Pospay Kota Bandung Menggunakan Servqual, Model Kano, Dan Teknik Triangulasi. *Jurnal Rekayasa Sistem & Industri*, 2(1), 60–64.
- Taufik, Andriyani, M., Kurniawan, I., & Indiarti, M. (2021). Adaptasi dan Inovasi Bisnis dalam Menghadapi Dampak Pandemi Covid 19 Business Adaptation and Innovation in Dealing with The Impact of The Covid-19 Pandemic. *Prosiding Manajerial Dan Kewirausahaan V Call for Papers V "Kebangkitan Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi Covid-19,"* 1–12. <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/prc>
- Wahyuni, S., & Pardamean, J. (2016). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 29–30.
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian indomie di

semarang. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(1), 423–432.

Yazid, I., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian (Apotek k-24 jl. Gadjah Mada Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 305–314.  
<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26367>

