

PENGARUH HARGA, VARIAN PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi pada Pelanggan Dapur Cece Wulan di Kabupaten Jombang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

CINDY CAROLINE

NPM 22101081281



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, varian produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Dapur Cece Wulan, di Kabupaten Jombang. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 65 responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan dan parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, variabel harga, varian produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, harga dan varian produk memiliki pengaruh signifikan, sementara kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh negatif yang tidak signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi penetapan harga yang tepat dan peningkatan kualitas pelayanan adalah faktor kunci dalam mendorong konsumen untuk melakukan pembelian di Dapur Cece Wulan.

Kata Kunci: Harga, Varian Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Dapur Cece Wulan.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price, product variation, and service quality on purchasing decisions at Dapur Cece Wulan in Jombang Regency. Using a quantitative approach, data were collected through questionnaires distributed to 65 respondents. Data analysis was conducted using multiple linear regression to test the simultaneous and partial effects of the independent variables on the dependent variable. The results show that simultaneously, price, product variation, and service quality significantly affect purchasing decisions. Partially, price and product variation have a significant influence, while service quality does not show a significant effect. These findings indicate that appropriate pricing strategies and improvements in service quality are key factors in encouraging consumers to make purchases at Dapur Cece Wulan.

Keywords: *Price, Product Variation, Service Quality, Purchasing Decision, Dapur Cece Wulan.*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keputusan pembelian merupakan buah dari proses evaluasi yang dilaksanakan oleh pelanggan guna menentukan pilihan terhadap suatu barang atau jasa tertentu diantara beragam alternatif yang tersaji. Pemilihan pembelian merupakan suatu tahapan penentuan pilihan oleh konsumen dalam melakukan transaksi pembelian dengan memadukan informasi yang dimiliki guna menetapkan opsi diantara dua atau lebih produk yang ditawarkan, yang dipengaruhi oleh berbagai aspek, seperti mutu, biaya, tempat, iklan, aksesibilitas, layanan, dan aspek lainnya (Kotler, 2016:219). Setiap pelanggan menjalankan berbagai bentuk penelusuran, transaksi, hingga pemanfaatan terhadap sejumlah barang dan merek spesifik dalam kurun waktu khusus.

Usai pelanggan menetapkan pilihan untuk melakukan pembelian, mereka akan melalui fase penilaian setelah transaksi yang mencakup identifikasi keinginan, pengumpulan data, penimbangan opsi, serta tindakan konsumen pasca pembelian. Dalam tahapan ini, dapat timbul kendala seperti rasa tidak puas yang disebabkan oleh ekspektasi yang tidak tercapai atau kualitas layanan yang kurang memadai. Guna menanggulangi persoalan tersebut, diperlukan peningkatan interaksi komunikasi serta penyampaian informasi yang transparan, disertai dengan pengumpulan tanggapan dari pelanggan untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang mempengaruhi rasa puas maupun ketidakpuasan mereka. Biaya menjadi salah satu komponen krusial dalam proses penjualan. Pembeli cenderung

mengambil keputusan untuk membeli apabila skor kegunaan suatu barang dianggap sebanding atau melebihi pengeluaran yang harus dibayarkan.

Harga merupakan besaran nominal yang ditentukan oleh perusahaan sebagai kompensasi atas produk atau layanan yang diberikan, termasuk segala hal lain yang disediakan guna memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (Ika, 2022).

Menentukan harga secara akurat merupakan faktor utama untuk menarik minat pelanggan yang sesuai dengan target pasar. Melalui penawaran harga yang selaras, suatu bisnis mampu mendorong kemampuan beli konsumen. Penentuan skor jual oleh suatu perusahaan didasari oleh beragam faktor pertimbangan, namun di sisi lain, harga suatu barang juga ditetapkan berdasarkan tingkat mutu serta harga yang ditawarkan oleh kompetitor di pasar. Penentuan tarif ini berlandaskan pada beragam aspek pertimbangan, seperti kajian pasar, perumusan taktik penetapan harga yang selaras dengan tingkat permintaan konsumen, serta memperhitungkan harga dan mutu produk milik kompetitor di lingkungan pasar (Manik et al., 2025).

Harga memegang peranan signifikan dalam menarik ketertarikan pelanggan untuk mendatangi suatu lokasi. Secara umum, skor jual adalah bentuk tawaran yang diberikan kepada pembeli. Apabila pembeli menyepakati nominal tersebut saat ingin melakukan transaksi, maka barang tersebut akan terbeli. Akan tetapi, apabila pelanggan tidak menerima, maka tarif tersebut perlu ditinjau ulang. Menetapkan harga yang lebih tinggi daripada kompetitor bisa dianggap terlalu

mahal, sedangkan menawarkan harga lebih rendah dapat diartikan sebagai murah atau bahkan mencerminkan mutu produk yang kurang baik (Husain et al., 2025).

Di samping harga, aspek krusial lainnya dalam pengambilan keputusan pembelian adalah keragaman produk. Menurut Indrasari (2019), variasi produk merupakan komponen utama dalam memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan yang beraneka ragam. Hal ini menggambarkan bahwa keberagaman menawarkan beragam opsi, mencakup perbedaan dalam karakteristik, dimensi, tipe, maupun desain. Ragam produk yang memiliki kualitas baik tidak hanya berdampak langsung terhadap keputusan pembelian, tetapi juga memberikan efek jangka panjang terhadap citra merek. Dengan demikian, perusahaan harus memberikan perhatian terhadap keanekaragaman produk yang disediakan.

Ragam produk merupakan elemen kunci dalam menarik minat pelanggan. Keanekaragaman barang mampu meningkatkan pencapaian sasaran penjualan, karena pembeli biasanya lebih tertarik pada bermacam-macam opsi yang tersedia. Meliputi fokus pada pembaruan produk, seperti varian cita rasa, desain bentuk, dan kemasan, guna meningkatkan keunggulan kompetitif di pasar (Kendari, 2025).

Selain keragaman produk, aspek krusial lainnya dalam penentuan keputusan pembelian adalah mutu pelayanan. Tjiptono (2020:59) mengungkapkan bahwa mutu layanan merupakan tingkat kelebihan yang diharapkan serta pengelolaan terhadap keunggulan tersebut guna memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Layanan dianggap berkualitas dan memuaskan apabila jasa yang diberikan mampu melampaui ekspektasi konsumen, sehingga dinilai sangat

unggul dan bernilai tinggi. Dalam industri makanan, sangat penting untuk mengembangkan sajian yang sesuai, di mana produk yang disuguhkan harus memiliki mutu unggul dan selaras dengan layanan yang disediakan. Unsur pelayanan dinilai melalui sikap ramah, tutur kata yang santun saat menawarkan hidangan, serta kemahiran dalam penyajian makanan.

Usaha catering didirikan pada tahun 2017 dan berlokasi di RT 03 RW 01, Dusun Jatirowo, Desa Jati gedong, Kec Ploso Kab. Jombang. Sebagai penyedia layanan makanan untuk berbagai acara, termasuk pernikahan, ulang tahun, seminar, dan acara perusahaan, usaha ini berhasil bersaing dengan catering lain seperti Ayam Besengek, Bunda Three 'N, Singosari, Catering CAN. Dengan menawarkan paket penyedia makanan yang inovatif, seperti menu nasi kotak, usaha catering ini menekankan pentingnya rasa yang lezat dalam setiap hidangannya. Harga nasi kotak yang dijual di usaha catering yakni :

Tabel 1. 1 Data Perbandingan harga Nasi Kotak di Dapur Cece Wulan dengan tempat lain:

No	Nama Usaha	Harga
1	Dapur Cece Wulan	18.000
2	Ayam Besengek	20.000
3	Bunda Three 'N	18.000
4	Singosari	18.000
5	Catering ACN	18.000

Dengan banyaknya Dapur Cece Wulan yang menawarkan menu serupa nasi kotak di Dapur Cece Wulan menghadapi persaingan yang cukup ketat. Sepanjang tahun 2023 hingga 2024, Dapur Cece Wulan memiliki target penjualan penjualan yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Tabel Harga dan Target Penjualan 2023

No	Bulan	Total Paket	Total Pendapatan Hari	Total Pendapatan Bulan
1	Januari	50	1.800.000	27.000.000
2.	Februari	60	1.080.000	32.400.000
3	Maret	70	1.260.000	37.800.000
4	April	80	1.440.000	43.200.000
5	Mei	60	1.080.000	32.400.000
6	Juni	50	1.800.000	27.000.000
7	Juli	70	1.260.000	37.800.000
8	Agustus	80	1.440.000	43.200.000
9	September	70	1.260.000	37.800.000
10	Oktober	60	1.080.000	32.400.000
11	November	80	1.440.000	43.200.000
12	Desember	50	1.800.000	27.000.000

Tabel 1. 3 Tabel Harga dan Target Penjualan 2024

No	Bulan	Total Paket	Total Pendapatan Hari	Total Pendapatan Bulan
1	Januari	70	1.260.000	37.800.000
2.	Februari	60	1.080.000	32.400.000
3	Maret	80	1.440.000	43.200.000
4	April	50	1.800.000	27.000.000
5	Mei	60	1.080.000	32.400.000
6	Juni	80	1.440.000	43.200.000
7	Juli	70	1.260.000	37.800.000
8	Agustus	50	1.800.000	27.000.000
9	September	70	1.260.000	37.800.000
10	Oktober	80	1.440.000	43.200.000
11	November	50	1.800.000	27.000.000
12	Desember	60	1.080.000	32.400.000

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data penjualannya menunjukkan perubahan jumlah pelanggan yang bisa terjadi kapan saja baik dalam bentuk kenaikan maupun penurunan pada tahun 2023 dan 2024. Penyebab utamanya dari hal ini adalah faktor- faktor eksternal seperti tren kuliner dan pilihan konsumen juga berperan dalam mempengaruhi perubahan.

Permasalahan yang terjadi adalah ketidaksesuaian antara harga pasaran yang tinggi dan harga yang dijual dalam usaha ini yang disebabkan oleh kebutuhan pelanggan. Selain itu, adanya harapan pelanggan terhadap kualitas dan

skor produk juga turut mempengaruhi perubahan harga yang ditawarkan. Selanjutnya pada kualitas pelayanan terdapat masalah keterlambatan dalam proses pengantaran pesanan kepada konsumen, serta makanan yang tidak sesuai dengan harapan yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka pengkajian melakukan riset dengan judul “**Dampak Harga, Varian Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pelanggan Dapur Cece Wulan di Kabupaten Jombang).**”

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Harga, Varian Produk, dan Kualitas Pelayanan berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian Dapur Cece Wulan secara bersamaan?
2. Apakah Harga berdampak terhadap keputusan pembelian Dapur Cece Wulan secara parsial?
3. Apakah Varian Produk berdampak terhadap keputusan pembelian Dapur Cece Wulan secara parsial?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berdampak terhadap keputusan pembelian Dapur Cece Wulan secara parsial?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis Harga, Varian Produk dan Kualitas Pelayanan berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian Dapur Cece Wulan secara bersamaan.
2. Menganalisis Harga berdampak terhadap keputusan pembelian Dapur Cece Wulan secara parsial.
3. Menganalisis Varian Produk berdampak terhadap keputusan pembelian Dapur Cece Wulan secara parsial.
4. Menganalisis Kualitas Pelayanan berdampak terhadap keputusan pembelian Dapur Cece Wulan secara parsial.

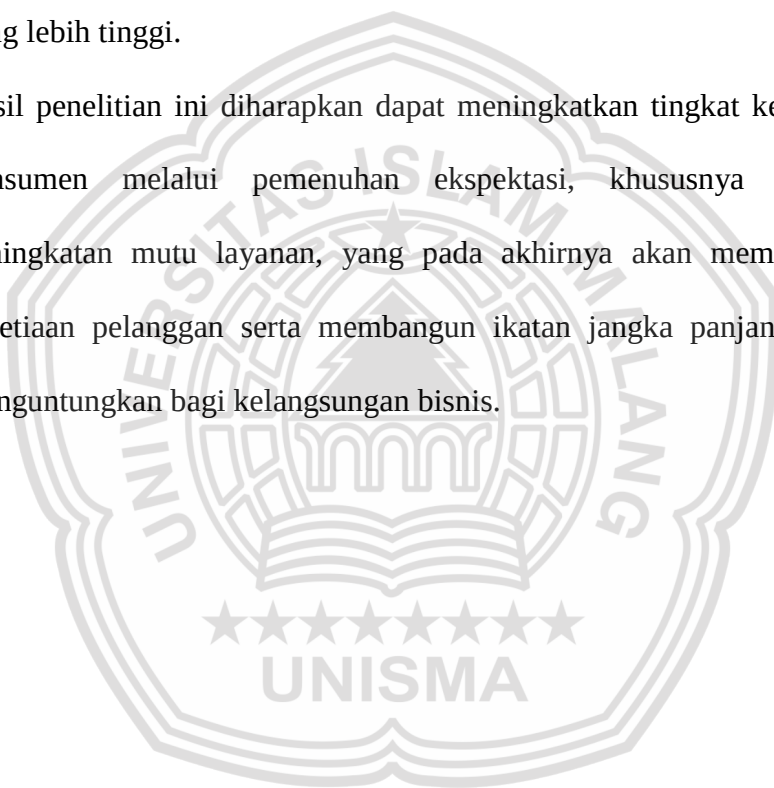
1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkuat teori dalam ilmu pemasaran dengan menyajikan pemahaman mengenai keterkaitan antara biaya, keragaman produk, serta mutu layanan dalam mempengaruhi pilihan pembelian, yang dapat dijadikan pedoman untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih optimal.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai pola perilaku pelanggan dalam bidang kuliner di Wilayah Kabupaten Jombang, serta membantu pelaku usaha dalam merancang sajian dan pelayanan yang selaras dengan preferensi konsumen, sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

b. Manfaat Praktis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemilik bisnis Catering Dapur Cece Wulan dalam menyusun langkah-langkah pemasaran yang lebih optimal melalui pemahaman terhadap dampak dari biaya, keberagaman produk, serta mutu layanan terhadap pilihan pembelian, sehingga mampu menarik minat konsumen dalam jumlah yang lebih tinggi.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen melalui pemenuhan ekspektasi, khususnya dengan peningkatan mutu layanan, yang pada akhirnya akan memperkuat kesetiaan pelanggan serta membangun ikatan jangka panjang yang menguntungkan bagi kelangsungan bisnis.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada Bab 4, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil menguji dan menjelaskan pengaruh masing-masing variabel independen meliputi Harga (X1), Varian Produk (X2), dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel dependen meliputi Keputusan Pembelian (Y), sesuai dengan tujuan dan rumusan masalah dalam penelitian ini:

- a. Secara simultan Harga, Varian Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Catering Dapur Cece Wulan di Kabupaten Jombang.
- b. Secara parsial, Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Catering Dapur Cece Wulan di Kabupaten Jombang. Artinya, penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk mampu menciptakan persepsi nilai yang positif dan meningkatkan minat beli konsumen.
- c. Secara parsial, Varian Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Catering Dapur Cece Wulan di Kabupaten Jombang. Keberagaman pilihan menu yang ditawarkan dinilai mampu memenuhi preferensi konsumen yang beragam, sehingga menjadi salah satu faktor pendorong terjadinya pembelian.
- d. Sementara kualitas pelayanan secara parsial menunjukkan pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian pada Catering Dapur Cece Wulan di

Kabupaten Jombang. Hal ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya sesuai dengan harapan pelanggan atau belum menjadi prioritas utama dalam pertimbangan konsumen untuk membeli. Dengan demikian, peningkatan aspek pelayanan menjadi penting agar dapat memberikan pengalaman yang lebih baik dan memperkuat loyalitas pelanggan di masa mendatang.

5.2 Keterbatasan

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menyadari adanya beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil dan ruang lingkup dari penelitian, antara lain:

- a. Peneliti menghadapi tantangan dalam memperoleh responden yang benar-benar bersedia menjawab kuesioner secara lengkap dan jujur. Banyak responden yang mengisi secara terburu-buru, kurang antusias, atau tidak memahami pertanyaan dengan baik. Hal ini mempengaruhi kualitas data yang diperoleh.
- b. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu UMKM di sektor Kuliner, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh UMKM lain yang bergerak di bidang berbeda. Karakteristik usaha, konsumen, dan lingkungan bisnis dari UMKM Dapur Cece Wulan mungkin berbeda dari UMKM lainnya.
- c. Beberapa responden kurang memahami istilah atau kalimat dalam kuesioner, terutama pada pertanyaan yang berkaitan dengan persepsi atau penilaian layanan. Hal ini membuat peneliti harus memberikan penjelasan tambahan atau

bantuan langsung dalam proses pengisian, yang bisa saja menyebabkan ketidaktepatan dalam pengisian.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

a. Bagi akademisi

Khususnya menjadi referensi tambahan bagi akademisi atau peneliti lain yang tertarik pada bidang pemasaran, khususnya dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di sektor UMKM. Akademisi disarankan untuk memperluas kajian dengan pendekatan atau metode yang lebih variatif, serta mengkaji pengaruh variabel lain seperti loyalitas pelanggan, promosi digital, atau kepercayaan merek, guna memperkaya literatur ilmiah dalam bidang ini.

b. Bagi Catering Dapur Cece Wulan

Untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan layanan yang cepat, ramah, dan responsif agar mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, pengelolaan harga yang kompetitif serta pengembangan varian produk yang inovatif dan sesuai kebutuhan pasar menjadi strategi penting untuk menarik minat pembeli.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk memperluas ruang lingkup objek penelitian, tidak hanya terbatas pada satu UMKM, agar hasil penelitian lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, R., Listyani, I., Kurniawan, B. W., Ekonomi, M., & Kadiri, U. I. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan Kediri*. 2(September), 15–23.
- Aditia, M., & Ika, S. (2022). *Analisis Fundamental Perbankan Syariah di BEI*. 7(3), 37–42. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2608>
- Anamica, M., Irwanto, T., Fitriano, Y., & Melinda, T. F. (2025). *Pada Usaha Support Warmindo Kota Bengkulu*. 4(2), 249–258.
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKn*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Coffee Shop Di Kota Malang. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Darryl, E., & Purnama, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Cabang Duta Garden Tangerang. *Emabi : Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(3), 1–8. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>
- Fadillah, H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian di dealer Yamaha Suryanata Amuntai. *Inovatif*, 5(2), 1–12.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Peneliti Universitas Diponegoro.,
- Halimah, H., & Sudigdo, A. (2022). Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. IPSOS Jakarta Selatan. *Journal of Economics and Business UBS*, 11(1), 24–36. <https://doi.org/10.52644/joeb.v11i1.77>
- Husain, F. F., Pamulang, U., Selatan, T., Pamulang, U., & Selatan, T. (2025). *KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SATE TAICHAN BANG SATE*. 3(1), 322–334.
- Imanulah, R., Andriyani, I., & Melvani, F. N. (2022). Pengaruh Citra Toko,

Varian produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Pancious SOMA Palembang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 285–295. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1743>

Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press

Janna, N. M., & Herianto. (n.d.). *Artikel Statistik yang Benar*. 18210047, 1–12.

Kendari, C. A. (2025). *Pengaruh varian produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada asia baru cake and bakery cabang anduonohu kendari 1*. 2(1), 160–170.

Ketut Sudana, I., Luh Putu Yesy Anggreni, N., & Putu Eka Indrawan, i. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan. *Universitas PGRI Mahadewa Indonesia*, 22(2), 555–561. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5574445>

Kotler dan Gary Armstrong. (2016). Dasar dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125

Kotler, P. K. (2016). *Marketing Management Ise*. England: Pearson.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.

Khumairoh, S., Rahayu, L. P., Safitri, U. R., Hegy Suryana, A. K., & Sri Anggorowati, L. (2024). Analisis Pengaruh Iklan, Varian Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Roti Brownies Pada Toko Amanda Brownies Di Boyolali. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 12(1), 59–70. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v12i1.1155>

Manik, C. D., Muhammad, R., Anugrah, E., Pamulang, U., Selatan, T., Pamulang, U., & Selatan, T. (2025). *PEMBELIAN PADA RESTORAN KEBULI JORDAN BEKASI*. 3(1), 780–790.

Pelayanan, P. K., Ferdian, R., Dani, A., Ambarwati, D., Aulia, N., Ambarwati, D., & Kediri, U. (2024). *JCM (Jurnal Cendekia Manajemen) LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BISNIS CATERING UD . RIRARE2*(3), 11–19.

Putra, D. D. A., & Karnadi. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Dapoer Boengkoh Di Besuki Kabupaten Situbondo. *Jurnal Purnama Media*, 1(1), 1–12.

Rakhmah, O., Darutama, A., & Kurniawati, F. (2022). Pengaruh Harga , Kualitas Produk , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kuliner Gemek Kedungwuni. *Jurnal Sahmiyya*, 1, 246–256.

- Sabila Imelda Putri, Salsa Ainurrohmah, Slamet Bambang Riono, & Muhammad Syaifulloh. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Indomie Terhadap Keputusan Pembelian Di Warmindo Jayaberkah. *CiDEA Journal*, 2(2), 139–159. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.1368>
- Setiawan, A., Arifin, R., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Brand Image, Brand Trust, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Lestari ECO Desa Sambung Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(16), 138–155. www.fe.unisma.ac.id
- Sobari, I. S., & Farhah, A. M. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Frozen Food (Studi Kasus Produk Sosis Belfoods Pada Konsumen Di Gucci Frozen Food Cikarang). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(4), 380–388.
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Studi, P., Feb, M., & Kediri, U. N. P. (2024). *PERAN CITA RASA, VARIASI PRODUK, DAN WORD OF MOUTH DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN SEBLAK GOYANG LIDAH NGANJUK)* Dina (Vol. 3).
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Tjiptono (2020), *Strategi Pemasaran Prinsip 7 Penerapan Edisi 1*, Yogyakarta. Andy
- Ulfah, N., & Rahmawati, I. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan beli kopi Bojonegoro. *Gemah Ripah: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 37–47. <https://aksiologi.org/index.php/gemahripah/article/view/2206/1429>
- Wietama, W., & Febriansyah. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sabana Fried Chicken. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 77–86.