

**PENGARUH *STORE LOCATION* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOPI SALAREA BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Untuk Menyelesaikan Studi dan
Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata Manajemen Industri Katering



oleh
Nabila Fadia Nugraha
1909005

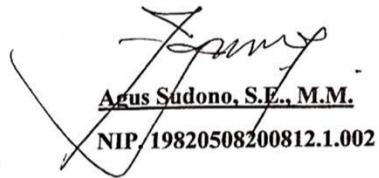
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

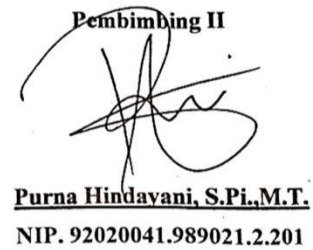
**PENGARUH *STORE LOCATION* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOPI SALAREA BANDUNG**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing

Pembimbing I


Agus Sudono, S.E., M.M.
NIP. 19820508200812.1.002

Pembimbing II


Purna Hindavani, S.Pi., M.T.
NIP. 92020041.989021.2.201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si.

NIP. 19710309.201012.2.001

LEMBAR HAK CIPTA

**Pengaruh *Store Location* dan *Service Quality* Terhadap
Keputusan Pembelian di Kopi Salarea Bandung**

Oleh
Nabila Fadia Nugraha

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Nabila Fadia Nugraha
Universitas Pendidikan Indonesia
2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul *PENGARUH STORE LOCATION DAN SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOPI SALAREA BANDUNG sepenuhnya merupakan karya saya sendiri berdasarkan dari hasil penelitian serta pemikiran saya sendiri. Jika di dalam skripsi ini tercantum karya orang lain, saya mencantumkan sumber dengan jelas. Tidak ada bagian di dalam skripsi ini yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku.

Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko/sanksi yang diberikan kepada saya apabila ditemukan adanya pelanggaran etika dalam karya saya atau klaim dari pihak terkait.

Bandung, 24 Agustus 2023

Pembuat Pernyataan

Nabila Fadia Nugraha

NIM. 1909005

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah mana memberikan rahmat dan hidayah serta sholawat dan salam semoga dilimpahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan mengambil judul : **“PENGARUH *STORE LOCATION* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOPI SALAREA BANDUNG”**. Penulisan skripsi ini merupakan satu diantara syarat dalam menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana Jurusan Manajemen Industri Katering di Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan baik dalam perhitungan maupun penyusunan kalimat-kalimatnya karena keterbatasan penulis dalam hal materi serta pengembangannya. Namun berkat bantuan, bimbingan, dan petunjuk dari berbagai pihak yang alhamdulillah segala kesulitan, hambatan yang dihadapi penulis dapat teratasi dengan baik. Pada kesempatan yang baik ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Allah SWT., yang selalu memberikan kesehatan, kesadaran, kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Yaya Nugraha, S.E. dan Ibu Wini Winiawati yang telah mengasuh, membesarkan, membimbing, dan memberikan doa restu yang tak terhingga.
3. Prof. Dr. H.M. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Dr. Agus Mulyana M.Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, serta seluruh *staff* FPIPS.
5. Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering beserta segenap *staff* program studi.
6. Agus Sudono, S.E., M.M. dan Purna Hindayani, S.Pi.,M.T., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan ilmu yang dimilikinya, saran dan masukannya, waktu dan tenaganya, serta bantuan dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini.

7. Kepada *owner* Kopi Salarea Bandung. Widi Nur Sabana yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian di *coffee shop* ini.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah Swt., memberikan balasan yang berlipat atas amalan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bandung, 24 Agustus 2023

Penulis

Nabila Fadia Nugraha

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR HAK CIPTA	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoretis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Pariwisata	13
2.1.2 Pengertian Café	13
2.1.3 Pengertian <i>Coffee Shop</i>	14
2.1.4 Pengertian Kopi.....	14
2.1.5 <i>Store Location</i>	14
2.1.6 Dimensi <i>Store Location</i>	15
2.1.7 <i>Service Quality</i>	16
2.1.8 Dimensi <i>Service Quality</i>	17
2.1.9 Perilaku Konsumen	18
2.1.10 Keputusan Pembelian.....	22
2.1.11 Langkah-langkah Keputusan Pembelian.....	23
2.1.12 Dimensi Keputusan Pembelian	24
2.1.13 Pengaruh <i>Store Location</i> dan <i>Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis.....	32
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.2.1 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	34
3.2.2 Operasional Variabel.....	36
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	45
3.2.4 Instrumen Penelitian.....	45
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	46

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	46
3.2.7 Analisis Data	52
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1 Profil Kopi Salarea	58
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	60
4.1.3 Lokasi Kopi Salarea Bandung	61
4.2 Karakteristik Responden	62
4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	63
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	64
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Mengunjungi Kopi Salarea dalam 1 Tahun	65
4.3 Tanggapan Responden terhadap <i>Store Location</i> di Kopi Salarea	65
4.3.1 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Place</i> (Tempat)	66
4.3.2 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Parking</i> (Parkir)	67
4.3.3 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Accessibility</i> (Aksesibilitas) ...	69
4.3.4 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Visibility</i> (Visibilitas)	70
4.3.5 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Infrastructure</i> (Infrastruktur)	72
4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Quality</i> di Kopi Salarea	73
4.4.1 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Assurance</i> (jaminan)	73
4.4.2 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Tangibility</i> (berwujud)	75
4.4.3 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Responsiveness</i> (responsif) ...	77
4.4.4 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Reliability</i> (kehandalan)	78
4.4.5 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Empathy</i> (empati)	80
4.5 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Salarea	82
4.5.1 Hasil Tanggapan Responden terhadap Pemilihan Produk/Jasa	82
4.5.2 Hasil Tanggapan Responden terhadap Pemilihan Merek	84
4.5.3 Hasil Tanggapan Responden terhadap Pemilihan Waktu	85
4.5.4 Hasil Tanggapan Responden terhadap Pemilihan Metode/Cara Pembayaran	87
4.6 Uji Normalitas	88
4.7 Uji Heterokedastisitas	89
4.8 Uji Multikolinearitas	90
4.9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	91
4.10 Koefisien Determinasi	92
4.11 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	92
4.12 Uji t	93
4.13 Hasil Pengujian Hipotesis	94
4.14 Pembahasan Hasil Penelitian	95
4.14.1 Gambaran <i>Store Location</i> di Kopi Salarea Bandung	95
4.14.2 Gambaran <i>Service Quality</i> di Kopi Salarea Bandung	97
4.14.3 Gambaran Keputusan Pembelian di Kopi Salarea Bandung	100
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	103
5.1 Simpulan	103
5.2 Saran	104

DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Restoran, Rumah Makan, dan Café di Kota Bandung Tahun 2019-2022.....	2
Tabel 1. 2 Data <i>Coffee Shop</i> Baru di Kota Bandung Tahun 2022	4
Tabel 1. 3 <i>Google Review</i> Kopi Salarea Bandung	6
Tabel 1. 4 Hasil Pra Survei <i>Google Form</i>	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Data Pengunjung Kopi Salarea Bandung Tahun 2022.....	34
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	37
Tabel 3. 3 Skala Likert	46
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas <i>Store location</i>	48
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas <i>Service quality</i>	49
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 3. 7 Hasil Pengujian Reliabilitas	52
Tabel 3. 8 Kategori Skala.....	53
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden terhadap <i>Place</i>	66
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden terhadap <i>Parking</i>	67
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden terhadap <i>Accesibility</i>	69
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap <i>Visibility</i>	70
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap <i>Infrastructure</i>	72
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap <i>Assurance</i>	74
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap <i>Tangibility</i>	75
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap <i>Responsiveness</i>	77
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap <i>Reliability</i>	78
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden terhadap <i>Empathy</i>	80
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden terhadap Pemilihan Produk/Jasa.....	82
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden terhadap Pemilihan Merek.....	84
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden terhadap Pemilihan Waktu	86
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden terhadap Metode/Cara Pembayaran.....	87
Tabel 4. 15 Uji Normalitas.....	89
Tabel 4. 16 Uji Heterokedastisitas	90
Tabel 4. 17 Uji Multikolinearitas	90
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	91
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	92
Tabel 4. 20 Hasil Uji F	93
Tabel 4. 21 Hasil Uji t (Parsial)	93
Tabel 4. 22 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Terhadap <i>Store Location</i>	96
Tabel 4. 23 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Terhadap <i>Service Quality</i>	98
Tabel 4. 24 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Terhadap Keputusan Pembelian	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Peta Lokasi Kopi Salarea	9
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4. 1	Logo Kopi Salarea.....	58
Gambar 4. 2	Struktur Organisasi Kopi Salarea Bandung	61
Gambar 4. 3	Jarak antara Jalan Dago dengan Kopi Salarea	61
Gambar 4. 4	Arah Masuk Ke Kopi Salarea.....	62
Gambar 4. 5	Lokasi Kopi Salarea Bandung.....	62
Gambar 4. 6	Diagram Karakter Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Gambar 4. 7	Diagram Karakter Konsumen Berdasarkan Usia	63
Gambar 4. 8	Diagram Karakter Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Gambar 4. 9	Diagram Karakter Konsumen Berdasarkan Pendapatan	64
Gambar 4. 10	Diagram Karakter Konsumen Berdasarkan Berapa Kali Mengunjungi Kopi Salarea dalam 1 Tahun.....	65
Gambar 4. 11	Garis Kontinum Place	67
Gambar 4. 12	Garis Kontinum Parking	68
Gambar 4. 13	Garis Kontinum Accesibility.....	70
Gambar 4. 14	Garis Kontinum <i>Visibility</i>	71
Gambar 4. 15	Garis Kontinum Infrastructure	73
Gambar 4. 16	Garis Kontinum Assurance	75
Gambar 4. 17	Garis Kontinum Tangibility	76
Gambar 4. 18	Garis Kontinum Responsiveness.....	78
Gambar 4. 19	Garis Kontinum Reliability	80
Gambar 4. 20	Garis Kontinum Empathy	82
Gambar 4. 21	Garis Kontinum Pemilihan Produk/Jasa	84
Gambar 4. 22	Garis Kontinum Pemilihan Merek	85
Gambar 4. 23	Garis Kontinum Pemilihan Waktu	87
Gambar 4. 24	Garis Kontinum Pemilihan Metode/Cara Pembayaran	88
Gambar 4. 25	Garis Kontinum Variabel Store Location.....	97
Gambar 4. 26	Garis Kontinum Variabel Service Quality	99
Gambar 4. 27	Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian Google Form	110
Lampiran 2 Uji Validitas Dan Realibilitas	121
Lampiran 3 Data Jawaban Responden	127
Lampiran 4 Foto Dokumentasi.....	136
Lampiran 5 Surat Perizinan.....	137
Lampiran 6 Lembar Bimbingan	139

ABSTRAK

Keputusan pembelian oleh konsumen dapat di pengaruhi oleh beberapa variabel di antaranya adalah *store location* (lokasi) dan *service quality* (kualitas pelayanan) kedua variabel tersebut merupakan variabel sederhana yang menentukan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *store location* dan *service quality* yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kopi Salarea Bandung. Variabel bebas (X_1) yaitu *store location* yang memiliki lima dimensi di antaranya ialah *place*, *parking*, *accessibility*, *visibility* dan *infrastructure*, kemudian variabel bebas (X_2) yaitu *service quality* memiliki lima dimensi di antaranya ialah *assurance*, *tangibility*, *responsiveness*, *reliability*, dan *empathy*. Sedangkan variabel terikat (Y) pada penelitian ini ialah keputusan pembelian dengan empat dimensi yaitu pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan waktu dan pilihan metode/cara pembayaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan verifikatif, terdapat 100 responden dalam penelitian ini yang pernah bertransaksi di Kopi Salarea Bandung. Teknik pengolahan data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji regresi linear berganda dengan uji F (simultan), dan uji t (parsial). Hasil penelitian menunjukkan secara simultan *store location* dan *service quality* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial *store location* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan *service quality* juga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *store location*, *service quality*, keputusan pembelian, *coffee shop*.

ABSTRACT

Purchasing decisions by consumers can be influenced by several variables including store location and service quality. These two variables are simple variables that determine consumer purchasing decisions. This study aims to determine how the influence of store location and service quality influence purchasing decisions at Kopi Salarea Bandung. The independent variable (X_1), namely store location which has five dimensions, including place, parking, accessibility, visibility and infrastructure, then the independent variable (X_2), namely service quality which has five dimensions, including assurance, tangibility, responsiveness, reliability, and empathy. While the dependent variable (Y) in this study is the purchase decision with the dimensions of product/service selection, brand selection, timing and choice of method/method of payment. The method used in this research is using descriptive quantitative and verification method, there are 100 respondents in this study who have transacted at Kopi Salarea Bandung. Data processing techniques use validity and Reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression tests with the f_{test} (simultaneous), and t_{test} (partial). The results of the study show that store location and service quality simultaneously have a significant influence on purchasing decisions. Partially, store location has a significant effect on purchasing decisions and service quality also has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *store location, service quality, purchase decisions, coffee shop.*

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, A., & Narbuko, C. (2007). *Metodologi Penelitian*. PT. Bumi Aksara.
- Ahmad, H., & Sigarete, B. G. (2018). Preferensi Mahasiswa dalam Berwisata: Studi Kasus Mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM), Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisataaan*, 12(1), 55–64.
- Ali, M. M., & Suciana, A. (2019). The Influence of Location, Price and Service Quality On A House Purchase Decision. *International Journal of Business Marketing and Management*, 4(8), 51–60.
- Alvionita, A., Lumbanraja, M. M. M., & Wildah, S. W. (2022). Pengaruh Fasilitas Parkir Terhadap Perilaku Konsumen Dimoderasi Oleh Brand Image Minimarket di Kota Pekanbaru. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(2), 274–281. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1779>
- Andreti, J., Zhafira, N. H., Akmal, S. S., & Kumar, S. (2013). The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers' Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia. *International Journal of Advances in Management and Economics*, 2(6), 72–78.
- Andriani, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Resto Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café and Resto Sugar Rush Di Bontang. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(1), 26. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i1.2952>
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *Scholars Bulletin*, 3(6), 261–272.
- Anggoro, R. H. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. 8.5.2017, 1–37. www.aging-us.com
- Arliman, L. (2018). Peran Investasi dalam Kebijakan Pembangunan Ekonomi Bidang Pariwisata di Provinsi Sumatera Barat. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 20(2), 273–294.
- Aryani, E., Zanaria, Y., & Kurniawan, A. (2022). ANALISIS PERKEMBANGAN COFFEE SHOP SEBAGAI SALAH SATU PERANAN UMKM DI KOTA METRO (Study Kasus Pada Coffee Shop Janji Jiwa Dan Coffee Et Bien). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 3(2), 2022.
- Atmodjo, M. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Andi.
- Daniele, R., Frew, A. J., Varini, K., & Magakian, A. (2009). Affiliate Marketing in Travel and Tourism. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2009*. https://doi.org/10.1007/978-3-211-93971-0_29
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia.
- Dyatmika, S. W., & Firdaus, L. M. (2021). The Effect of Price, Service Quality, and Company Image on Purchase Decisions on Jalanjalan. Id Gresik. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2).
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2014). *Service Management Operations, Strategy, Information Technology* (7th ed.). McGraw Hill.

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanief, S., Pramana, D., Kom, S., & Kom, M. (2018). *Pengembangan Bisnis Pariwisata dengan Media Sistem Informasi*. Penerbit Andi.
- 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. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability/article/view/2505>
- Herlyana, E. (2014). Fenomena Coffee Shop sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *THAQAFIYYAT: Jurnal Bahasa, Peradaban Dan Informasi Islam*, 13(1), 187–204.
- Hidayat, D. W., & Setiawan, A. P. (2015). Perancangan interior café dan restoran khas surabaya di jalan embong Malang Surabaya. *Intra*, 3(2), 92–101.
- Hrp, G. R., & Tambunan, K. (2023). Analisis Efektivitas Implementasi Sistem Pembayaran Digital QRIS Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Dagang Plastik Intan Baru Sibuhuan. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(1), 70–82. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.14833>
- Khoirul, M., Yudana, G., & Rahayu, P. (2019). Faktor Utama Pemilihan Lokasi Kafe Di Kota Surakarta. *Desa-Kota*, 1(2), 108. <https://doi.org/10.20961/desa-kota.v1i2.15228.108-120>
- Kotler, Philip; Armstrong, Gary; Harris, Lloyd C.; He, H. (2020). *Principles of Marketing Eighth Europe an Edition*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Harlow, Essex Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Manajemen Pemasaran* (17th ed.). Indeks.
- Kotler, P., Benyamin, M., & Kevin, L. (2009). *Manajemen pemasaran / Philip Kotler, Kevin Lane Keller ; alih bahasa, Benyamin Molan ; penyunting bahasa, Bambang Sarwiji* (4th ed.). Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (alih bahasa: B. Molan & penyunting bahasa: B. Sarwiji (Eds.); Cet. 4). Indeks.
- Lesnussa, J. U., & Warbal, M. (2023). Pengaruh Sikap dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *PUBLIC POLICY (Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis)*, 4(1), 31–46. <https://doi.org/10.51135/publicpolicy.v4.i1.p31-46>
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Maulidya Dewi Masitha, Budi Sugiarto Waloejo, I. W. A. (2020). Evaluasi kinerja parkir. *Planning for Urban Region and Environment*, 9(April), 205–212.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Kencana.
- Mulyono, B. H. (2008). *Analisis Pengaruh Kualita Produk dan Service quality terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Puri Mediterania Semarang)*. Masters thesis, program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Murray, I. (2008). Culinary Tourism : Segment or Figment ? *School of Hospitality and Tourism Management*.
- Nandhasari. (2015). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dan Implikasinya terhadap Minat Loyalitas (Studi Kasus pada Toko Mahkota Pekalongan)*. Fakultas Ekonomi dan Binis, Universitas Diponegoro.
- Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I. (2020). Dampak pandemi Covid-19

- terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 212–224.
- Nofriday, F., & Eviana, N. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Bebek Kaleyo Cabang Tebet Jakarta. *Panorama Nusantara*, 11(1).
- Noviyarto, H. (2010). Pengaruh Perilaku Konsumen Mobile Internet Terhadap Keputusan Pembelian Paket Layanan Data Unlimited Internet CDMA di DKI Jakarta. *InComTech: Jurnal Telekomunikasi Dan Komputer*, 1(2), 107–129.
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan uji statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik*. Pradina Pustaka.
- Nurhadi, ., Wahyuni, H. S., Ascarya, Rukminastiti, M. A., Jahri, M. B. M., Dini, D., Bunga, M. S., Muhamad, T., Andi, T., Rakhmawati, Yohana, I. T., Syamsul, M. U., & Heni, P. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Pertama)*. CV MEDIA SAINS INDONESIA.
- Oldenburg, R. (2001). *The Great Good Place (Third Places)*. Marlowe&Company.
- Patrisia, N. V., & Rismayani, V. (2023). Peran Penting QRIS Dalam Sistem Pembayaran Terhadap Marketing Kewirausahaan. *Jurnal Abmas*, 23(1), 14–18.
- Pengenggar, G., Hidayat, W., & Nurseto, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen “Warung Kopi Tunjang Cafe and Restaurant” Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 155–163.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Rasmikayati, E., Afriyanti, S., & Saefudin, B. R. (2020). Keragaan, Potensi dan Kendala pada Usaha Kedai Kopi Di Jatinangor: Kasus pada Belike Coffee Shop dan Balad Coffee Works. *Agritekh (Jurnal Agribisnis Dan Teknologi Pangan)*, 1(01), 26–45.
- Rifa'i, F. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan , Lokasi dan Variasi Menu Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Makan Airin Kebumen. 1*, 1–21.
- Rizqy Pratama, M., & Lestari, R. B. (2023). *Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Brasserie Bakery. 5*(2), 165–171.
- Samsuri, T. (2003). *Kajian, Teori, Kerangka Konsep dan Hipotesis dalam Penelitian*. 1–7.
- Schiffman, G., L., & Leslie, L. K. (2004). *Consumer Behavior* (5th ed.). Prentice Hall & Co.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). NJ Pearson Education, Inc.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. PT. Refika Aditama.
- Situmorang. (2014). *Data Penelitian : Menggunakan Program SPSS*. USU Press.
- Soepriyanto, H. J., Christiana, M., & Harianto, A. (2021). Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Impresi Konsumen Pada Kedai Kopi Kekinian Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(1), 42–48. <https://doi.org/10.9744/jmp.7.1.42-48>
- Sugiyono. (2013a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku konsumen : Teori dan penerapannya dalam pemasaran* (2nd ed.). Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Penerbit

Andi Offset.

- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2013). *Service, Quality & Satisfaction*. ANDI.
- Tran, T. A., Pham, N. T., Van Pham, K., & Nguyen, L. C. T. (2020). The Roles of Health Consciousness and Service Quality Toward Customer Purchase Decision. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business (JAFEB)*, 7(8), 345–351.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan (UU Kepariwisataaan)*. (1990).
- Usrina, N., Anggraini, R., Isya, M., Magister, M., Sipil, T., Teknik, F., Kuala, U. S., Sipil, J. T., Teknik, F., & Kuala, U. S. (2017). *Analisa karakteristik tarikan pergerakan pengunjung kedai kopi di kota banda aceh berdasarkan tata guna lahan 1*. 1, 431–440.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba Empat.
- Wahyudi, I., Hadi, S. P., & Dewi, R. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Tombo Coffe di Kabupaten Batang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 127–133. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33596>
- Wati, I. P. M., Ellyawati, N., & Abu, I. (2023). Pengaruh brand image dan word of mouth terhadap keputusan pembelian pada coffee shop forthis house samarinda. *International Journal of Research in Science, Commerce, Arts, Management and Technology*, 11(2), 410–421. <https://doi.org/10.48175/ijarsct-13062>
- Wibowo, A. E. (2021). *Metodologi Penelitian Pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah*. Penerbit Insania.
- Yudiatmaja, F. (2013). *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. Gramedia.
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2 (1), 472–481.
- Zusriadi, B., Kuma, A. R. D., Mohune, N. D. S., & Laima, D. P. (2021). *Kondisi higiene sanitasi rumah makan di pasar jajan kota gorontalo. 2021(SemanTECH)*, 109–120.