

No. Daftar FPIPS : 4227/UN40.A2.10/PT/2023

**PENGARUH PELAYANAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MIXUE ICE CREAM AND TEA
JL. GEGERKALONG GIRANG NO. 27, GEGERKALONG
KEC. SUKASARI, KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Pariwisata**



Oleh

**ABDUL AZIS
NIM 1807747**

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PELAYANAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MIXUE ICE CREAM AND TEA
JL. GEGERKALONG GIRANG NO. 27, GEGERKALONG
KEC. SUKASARI, KOTA BANDUNG**

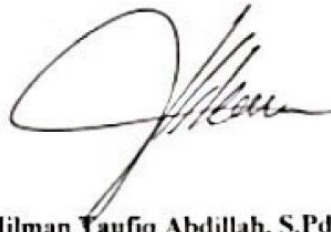
Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing 1



Caria Ningsih, M.Si., Ph.D
NIP. 19800331.200812.2.002

Pembimbing 2



Hilman Taufiq Abdillah, S.Pd., M.Pd
NIPT. 920200119880308101

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si
NIP.197103092010122001

LEMBAR HAK CIPTA

**PENGARUH PELAYANAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MIXUE ICE CREAM AND TEA
JL. GEGERKALONG GIRANG NO. 27, GEGERKALONG
KEC. SUKASARI, KOTA BANDUNG**

Oleh

Abdul Azis

Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar
Sarjana Pariwisata di Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Abdul Azis
Universitas Pendidikan Indonesia
2023

Hak Cipta dilindungi Undang – Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, di fotokopi, dan cara lainnya tanpa izin penulis

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**PENGARUH PELAYANAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MIXUE ICE CREAM AND TEA Jl. Gegerkalong Girang No. 27, Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40153**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya pribadi dan tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2023

Penulis,

Abdul Azis

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang sudah memberikan kemudahan, kelancaran, kemampuan serta keberkahan bagi penulis untuk mampumelaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Pelayanan Dan Store atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Mixue Ice Cream And Tea Jl. Gegerkalong Girang No. 27, Gegerkalong Kec. Sukasari, Kota Bandung”**, dari awal hingga akhir dengan baik. Sholawat serta salam penulis panjatkan kepada teladan sepanjang masa Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salahsatu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Industri Katering Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.

Selama proses penyusunan skripsi tentu ada saja beberapa hambatan yang dialami oleh penulis. Untuk itu penulis ingin sangat berterimakasih untuk segera pihak yang telah mendukung dan terlibat dalam skripsi ini.

Penulis menyadari selama menyusun skripsi ini masih banyak sekali kekurangan, untuk itu penulis menerima kritik dan saran kepada pembaca yang bisa membangunatau memperbaiki skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi saya sebgai penulis, maupun pada pembaca sekalian. Terima kasih.

Bandung, Juli 2023

Penulis,

AbdulAzis

UCAPAN TERIMA KASIH

Skripsi ini tidak mungkin bisa rampung bila hanya penulis sendiri. Tentunya banyak sekali dukungan dari berbagai pihak baik yang secara langsung terlibat dalam skripsi ini maupun secara tidak langsung dan moril maupun materil. Untuk itu pada kesempatan kali ini saya berterima kasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., MA, selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Dr. Agus Mulyana, M.Hun, selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
3. Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si, selaku ketua Prodi Manajemen Industri Katering.
4. Caria Ningsih. M,Si., Ph.D, selaku dosen pembimbing I yang telah merelakan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk dan saran yang penuli perlukan.
5. Hilman Taufiq Abdillah, S.Pd., M.Pd, selaku dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu untuk memberikan banyak masukan serta arahan sebagai petunjuk dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh staf dan Dosen program studi Manajemen Industri Katering yang telah mendidik memberi ilmu yang berharga sekama penulis menjadi mahasiswa.
7. Kepala Toko Mixue Ice Cream and Tea beserta staff, yang telah memberikan kesempatan untuk mengadakan penelitian
8. Kedua orang tua tercita dan kakak- kakakku yang telah memberikan motivasi kepada penulis baik berupa moril maupun materil selama menyusun skripsi.

9. Teman-teman semua MIK 2018 yang sama-sama menciptakan kenangan, pengalaman, dan pelajaran selama 4 tahun ini.

Akhir kata, semoga amal baik dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Aamiin.

Bandung, Juli 2023

Penulis

ABSTRAK

Abdul Azis (1807747). *Pengaruh Pelayanan Dan Store atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Mixue Ice Cream And Tea Jl. Gegerkalong Girang No. 27, Gegerkalong Kec. Sukasari, Kota Bandung*. Skripsi. Program Studi Manajemen Industri Katering, Fakultas Pengetahuan Ilmu Pendidikan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung. (2023).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Mixue Ice Cream and Tea Jl. Gegerkalong Girang No. 27, Gegerkalong Kec. Sukasari, Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Penarikan sampel dilakukan dengan teknik *Insidental/Accidental Sampling*. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuisioner, item pernyataan berbentuk skala *likert*. Data dalam penelitian ini dianalisis dengan teknik statistik analisis regresi berganda, pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS for Windows Versi 24. Hasil penelitian ini besar pengaruh pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Mixue Ice Cream and Tea sebesar 51,4%. Sedangkan nilai F hitung sebesar 51,225 dengan nilai Sig. 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (α). Dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini berarti pelayanan dan Store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Mixue Ice Cream and Tea. Sebaiknya Mixue Ice Cream And Tea terus memperhatikan proses keputusan pembelian pada konsumen, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki dampak yang lama.

Kata Kunci: *Pelayanan, Store atmosphere, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Abdul Azis (1807747). *The Influence of Service and Store atmosphere on Purchasing Decisions at Mixue Ice Cream And Tea Jl. Gegerkalong Girang No. 27, Gegerkalong Kec. Sukasari, City of Bandung*. Thesis. Catering Industry Management Study Program, Faculty of Social Education Sciences, Indonesian University of Education. Bandung. (2023).

The purpose of this study was to determine the effect of service and store atmosphere on purchasing decisions at Mixue Ice Cream and Tea Jl. Gegerkalong Girang No. 27, Gegerkalong Kec. Sukasari, City of Bandung. The research method used is descriptive analysis method using a quantitative approach to the survey method. The research sample is 100 respondents. Sampling was carried out using the Incidental/Accidental Sampling technique. The instrument used in this study was a questionnaire, statement items in the form of a Likert scale. The data in this study were analyzed using double regression analysis statistical techniques, data processing was carried out with the help of the SPSS for Windows Version 24 program. The results of this study had a large effect on service and store atmosphere on purchasing decisions at Mixue Ice Cream and Tea by 51.4%. While the calculated F value is 51.225 with a Sig. 0.000 which is less than 0.05 (α). Thus H_a is accepted and H_o is rejected. This means that service and Store atmosphere have a significant effect on purchasing decisions at Mixue Ice Cream and Tea. Mixue Ice Cream And Tea should continue to pay attention to the consumer purchasing decision process, namely problem recognition, information search, alternative evaluation, purchasing decisions, and post-purchase behavior, which starts long before the actual purchase is made and has a long-lasting impact.

Keywords: *Service, Store atmosphere, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

	Hal
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR HAK CIPTA.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Parawisata.....	6
2.1.1.1 Pengertian Parawisata	6
2.1.1.1.2 Wisata Kuliner	7

	xi
2.1.2 Pelayanan	9
2.1.2.1 Pengertian Pelayanan.....	9
2.1.2.2 Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.2.3 Tujuan Pelayanan.....	12
2.1.2.4 Proses Pelayanan.....	13
2.1.2.5 Prinsip Pelayanan.....	13
2.1.2.6 Indikator Pelayanan	17
2.1.3 Store atmosphere	18
2.1.3.1 Pengertian Store atmosphere	18
2.1.3.2 Tujuan Store atmosphere	19
2.1.3.3 Indikator Store atmosphere.....	20
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	30
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	30
2.1.4.2 Proses Keputusan Pembelian.....	31
2.1.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	33
2.1.4.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	38
2.1.5 Penelitian Terdahulu	42
2.2 Kerangka Pemikiran	44
2. 3 Hipotesis	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	47
3.1 Objek Penelitian.....	47
3.2 Metode Penelitian	47
3.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	47

3.2.2 Operasional Variabel	48
3.2.3 Populasi dan Sampel.....	50
3.2.3.1 Populasi	50
3.2.3.2 Sampel	51
3.2.4 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	51
3.2.4.1 Jenis Data	51
3.2.4.2 Teknik Pengumpulan Data	52
3.2.5 Langkah-langkah Penelitian	54
3.2.6 Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	55
3.2.6.1 Uji Validitas	55
3.2.6.2 Uji Reliabilitas.....	57
3.2.6.3 Analisis Regresi Berganda	59
3.2.6.4 Uji Asumsi Klasik	61
3.2.6.5 Uji Hipotesis.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Gambaran Umum Mixue	65
4.2 Gambaran Demografi Responden	66
4.3 Hasil Penelitian.....	68
4.3.1 Deskripsi Pelayanan pada Mixue Ice Cream and Tea	68
4.3.2 Deskripsi <i>Store atmosphere</i> pada Mixue Ice Cream and Tea	77
4.3.3 Deskripsi Keputusan Pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea	85
4.4 Hasil Pengolahan Data	95

4.4.1	Pengujian Asumsi Klasik.....	95
4.4.2	Pengaruh Pelayanan dan Store atmosphere secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea.....	99
4.4.3	Pengaruh Pelayanan dan <i>Store atmosphere</i> secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea.....	101
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	105
5.1	Simpulan.....	105
5.2	Saran.....	106
	DAFTAR PUSTAKA.....	107
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

xiii

	Hal
Tabel 1.1 Hasil Pra-Penelitian	
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	49
Tabel 3.2 Nilai Skor dari Skala <i>Likerti</i>	53
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X_1)	55
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store atmosphere</i> (X_2)	56
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	56
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan (X_1)	57
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas <i>Store atmosphere</i> (X_2)	58
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 3.9 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	60
Tabel 3.10 Tabel <i>Durbin Watson</i> (DW)	62
Tabel 4.1 Gambaran Demografi Responden	67
Tabel 4.2 Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel Pelayanan	69
Tabel 4.3 Tabulasi Jawaban Responden Tentang Karyawan Mixue Ice Cream and Tea Memberikan Penyelesaian dan Penanganan Pelayanan dengan Cepat.....	69

Tabel 4.4	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Karyawan Mixue Ice Cream and Tea Memiliki Keadaan Sehat Saat Melayani Pelanggan	
Tabel 4.5	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Karyawan Mixue Ice Cream and Tea selalu l ^{xiv} in Sopan	70
Tabel 4.6	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Mixue Ice Cream and Tea mampu menjalin hubungan yang baik.....	71
Tabel 4.7	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Mixue Ice Cream and Tea Mampu Meyakinkan Pelanggan	71
Tabel 4.8	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Karyawan Mixue Ice Cream and Tea Memberikan Informasi	72
Tabel 4.9	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Karyawan Mixue Ice Cream and Tea Bersedia Menerima Kritik dan Saran.....	72
Tabel 4.10	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Mixue Ice Cream and Tea Cepat Tanggap	73
Tabel 4.11	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Karyawan Mixue Ice Cream and Tea selalu Tanggap Terhadap Keluhan.....	73
Tabel 4.12	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Karyawan Mixue Ice Cream and Tea Memberikan Perhatian	74
Tabel 4.13	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Tentang Pelayanan di Mixue Ice Cream and Tea	75
Tabel 4.14	Klasifikasi Penilaian Variabel Pelayanan Deskripsi Store atmosphere pada Mixue Ice Cream and Tea	77

Tabel 4.15	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel Store atmosphere.....	78
Tabel 4.16	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Papan Nama Mixue Ice Cream and Tea.....	
Tabel 4.17	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Mixue Ice Cream and Tea Memiliki Fasilitas ^{xv}	79
Tabel 4.18	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Kondisi Ruangan Mixue Ice Cream and Tea Bersih.....	79
Tabel 4.19	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Pencahayaan Ruangan Mixue Ice Cream and Tea	80
Tabel 4.20	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Ruang Berbelanja di Mixue Ice Cream and Tea Terlihat Nyaman	80
Tabel 4.21	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Penataan Produk.....	81
Tabel 4.22	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Sistem Pengelompokan Produk di Mixue Ice Cream and Tea Tersistematis	81
Tabel 4.23	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Jarak Antar Display Barang.....	82
Tabel 4.24	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Tentang Store atmosphere di Mixue Ice Cream and Tea.....	83
Tabel 4.25	Klasifikasi Penilaian Untuk Variabel Store atmosphere	84
Tabel 4.26	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel Keputusan Pembelian	85
Tabel 4.27	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Yang mendorong membeli Ice Cream And Tea.....	86

Tabel 4.28	Tabulasi Jawaban Responden Tentang memutuskan untuk membeli Ice Cream And Tea.....	86
Tabel 4.29	Tabulasi Jawaban Responden Tentang memutuskan membeli produk di Mixue Ice Cream And Tea karena tahu dari teman .	
Tabel 4.30	Tabulasi Jawaban Responden Tentang memutuskan membeli produk di Mixue Ice ^{xvi} And Tea karena pernah membelinya	87
Tabel 4.31	Tabulasi Jawaban Responden Tentang memutuskan membeli di Mixue Ice Cream And Tea karena toko ini telah memiliki nama di mata pelanggan	88
Tabel 4.32	Tabulasi Jawaban Responden Tentang memutuskan untuk membeli di Mixue Ice Cream And Tea karena harganya terjangkau	88
Tabel 4.33	Tabulasi Jawaban Responden Tentang memutuskan untuk membeli produk di Mixue Ice Cream And Tea karena variannya lengkap.....	89
Tabel 4.34	Tabulasi Jawaban Responden Tentang memutuskan membeli produk di Mixue Ice Cream And Tea karena adanya kemudahan untuk mendapatkan produk yang saya cari	89
Tabel 4.35	Tabulasi Jawaban Responden tentang Informasi yang diberikan oleh konsumen lain tentang produk	90
Tabel 4.36	Tabulasi Jawaban Responden tentang merasa kebutuhan saya dapat terpenuhi pada saat membeli berbagai produk di Mixue Ice Cream And Tea.....	91

Tabel 4.37	Tabulasi Jawaban Responden tentang memutuskan untuk membeli produk lagi di Mixue Ice Cream And Tea karena rasanya sangat enak dan merasa puas dengan pelayanannya	
Tabel 4.38	Tabulasi Jawaban Responden tentang merekomendasikan produk Mixue Ice Cream And Tea ke teman atau keluarga dan lainnya xvii	92
Tabel 4.39	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelaian pada Mixue Ice Cream and Tea	92
Tabel 4.40	Klasifikasi Penilaian Untuk Variabel Keputusan Pembelian	95
Tabel 4.41	Hasil Uji Normalitas Uji K-S	96
Tabel 4.42	Hasil Uji Multikoloniaritas	97
Tabel 4.43	Hasil Uji Autokorelasi	99
Tabel 4.44	Hasil Uji Regresi Berganda	99
Tabel 4.45	Hasil Uji Korelasi dan Determinasi	100
Tabel 4.46	Hasil Uji F	101
Tabel 4.47	Uji Korelasi	101

DAFTAR GAMBAR

xviii

Hal

Gambar 2.1	Lima Tahap Model Proses Pembelian Konsumen Kotler dan Keller (2016: 195)	31
Gambar 2.1	Model Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas Histogram	96
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	98

DAFTAR LAMPIRAN

xix

	Hal
Lampiran 1 Instrumen Penelitian	111
Lampiran 2 Rekapitulasi Data Responden.....	116
Lampiran 3 Karakteristik Responden	121
Lampiran 4 Validitas dan Reliabilitas.....	122
Lampiran 5 Pengujian Data.....	127
Lampiran 6 r Tabel.....	129
Lampiran 7 t Tabel.....	130
Lampiran 8 F Tabel.....	131
Lampiran 9 Lembar Bimbingan Skripsi.....	132

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Achmadi, A. and Narbuko (2015) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Agustina, S. (2013) *Manajemen Pemasaran*. 1st edn. Malang: UB Press.
- Alma, B. (2014) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Alma, B. (2016) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2014) *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2016) *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Berman, B., Evans, J.R. (2013). *Retail Management*. 12 th Edition. Jakarta, Person.
- Creswell, J. W. (2014) *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 24*. 8th edn. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanif, M. (2013) *Marketing Research: Paduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hardiansyah (2014) *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hasan, A. (2015) *Tourism Marketing*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Hermawan, A. (2013) *Promosi dalam Prioritas Kegiatan Pemasaran*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Jaiz, M. (2014) *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2013) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. 12th edn. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2014) *Principles of Marketing*. 15th edn. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016) *Marketing Managemen*. 15th edn. Pearson Education Inc.
- Marison, A. M. (2013) *Hospitality & Travel Marketing*. USA: Delmar Cengage Learning.
- Priyatno, D. (2014). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Rahmayanti, N. (2013). *Manajemen Pelayanan Prima*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Ratminto, Winarsih, A.S. (2015). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pusataka Pelajar.
- Sinambela, L.P. (2014). *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rangkuti, F. (2013) *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integreted Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. (2017) *Pemasaran Strategik*. 1st edn. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Sudaryono (2014) *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto. (2016). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. (2013) *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. 2nd edn. Yogyakarta: Andi.
- Utami, C. (2014), *Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel modern di Indonesia*. Edisi II

Jurnal

- Amrullah, Pamasang S. Siburian, S. Z. Z. (2016) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda', *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 13(2).
- Andriani, W., Abdurahman and Sari, P. R. K. (2019) 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma', *Journal Manajemen dan Bisnis*, 2(1).

- Destiawan, P. (2020) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen Alfamart di Kota Bandung)', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Perjuangan*.
- Dewi, T. P. (2017) *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Di Nasmoco Mlati Yogyakarta*. Universitas Sanata Dharma.
- Hasbiyadi *et al.* (2017) 'Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Villa Samat Sejahtera Pada P.T Sungai Saddang Sejahtera', *STIEM Bongaya Makasar*, 7(1).
- Irsan, M. (2020) 'Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kuliner Sop Kaki Kambing Tiga Saudara', *Universita Perjuangan*.
- Mal, L. H., Gede, I. and Mertayasa, A. (2018) 'Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online di Situs Traveloka.Com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali', *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 13(1), pp. 63–73.
- Nengsih, D.R. (2014). Pengaruh Suasana Toko, Penanganan komplain dan Diversifikasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Granny's Nest Cafe and Resto di Bandar Lampung). *Skripsi. Universitas Lampung*.
- Patimah, N. (2020) 'Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Survei pada Pembeli Perumahan Griya Al-Kausar Ciamis)', *Universitas Perjuangan*.
- Permana, D. I. (2017) 'Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu Dan Pintu Pt.Piji Di Jawa Timur', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(006), p. 269393.
- Prilano, K., Sudarso, A. and Fajrillah (2020) 'Pengaruh Harga, Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada', *Journal of Bussines and Economics Research (JBE)*, 1(1).
- Soenawan, A. D., Malonda, E. S. and Aprilia, A. (2015) 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'Stupid Baker Spazo Graha Family Surabaya', *Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(2)
- Suminar, R., Apriliawati, M. (2017). *Pelayanan Prima pada Orang Tua Siswa Sempoa SIP TC Paramount Summarecon*. Jurnal Sekretari. 4 (2) : 1-2
- Syabhana, D. (2016). Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun Pakem Sleman. *Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta*.