



Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Toko Santi *Collection* Cikatomas Tasikmalaya)

Sendi Muhamad Rizki

Universitas Perjuangan Tasikmalaya, Indonesia

Suci Putri Lestari

Universitas Perjuangan Tasikmalaya, Indonesia

Arif

Universitas Perjuangan Tasikmalaya, Indonesia

Alamat: Jalan Peta No 177, Kahuripan, Kec. Tawang, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat 46115

Korespondensi penulis: Sendi030601@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the simultaneous and partial influence of location and purchase quality on clothing purchasing decisions at the Sati Collection Store. The method used in this study is a survey method with a quantitative approach. The population studied was 100 respondents. The data collected were primary and secondary data. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis using SPSS version 26. The results showed that location and product quality simultaneously had a significant effect on purchasing decisions at the Santi Collection Cikatomas Store. Location partially had a significant effect on purchasing decisions at the Santi Collection Cikatomas Store. Product quality partially had a significant effect on purchasing decisions at the Santi Collection Cikatomas Store.*

Keywords: *Location, Product Quality and Purcahe Decision*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial lokasi dan kualitas pembelian terhadap keputusan pembelian pakaian di Toko Sati *Collection*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang diteliti sebanyak 100 responden. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Toko Santi *Collection* Cikatomas. Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Toko Santi *Collection* Cikatomas. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pakaian di Toko Santi *Collection* Cikatomas.

Kata kunci: Lokasi, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

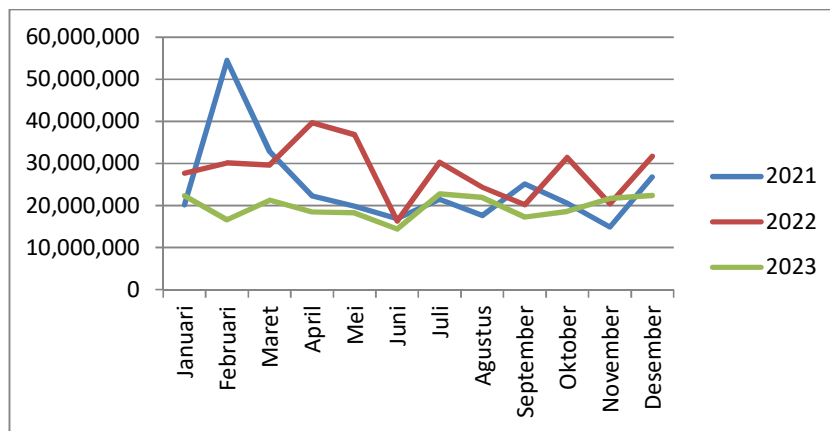
1. LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi industri saat ini telah membuat segala sesuatu berkembang begitu pesat seiring dengan kemajuan zaman dan teknologi sehingga semakin ketatnya persaingan di industri *fashion*. Pelaku usaha harus cermat dalam memilih strategi untuk mencari konsumen dalam menghadapi persaingan tersebut. Mereka harus melakukan kegiatan pemasaran dengan menggunakan promosi yang tepat, sehingga apa yang dituju dapat tercapai dengan meningkatnya angka penjualan, sehingga keuntungan yang dihasilkan semakin meningkat. Penelitian ini mengambil subjek pada Toko Santi

Collection yang terletak di jalan Raya Pakemitan Cikatomas dan merupakan UMKM yang bergerak di bidang retail fashion.

Toko Santi *Collection* memilih terjun ke industri retail fashion karena melihat peluang bisnis yang menjanjikan. Lokasi cikatomas dipilih karena memiliki volume lalu lintas yang tinggi dan transportasi umum yang baik sehingga memudahkan akses serta memiliki sistem perdagangan yang lebih luas. Dalam masalah kualitas produk juga Toko Santi *Collection* menyediakan pakaian kualitas premium dengan berbagai merek dan bahan yang bagus seperti Greenlight, Homyped, Cardinal, Ando, Levis, Nevada dan lainnya. Beberapa kualitas produk yang kerap dihadapi adalah masih adanya produk yang belum memenuhi keinginan konsumen, seperti terdapat merek yang tidak dikenal atau memiliki standar yang jelas dan terjamin. Hal ini dapat menyebabkan konsumen merasa tidak yakin terhadap kualitas produk. Koleksi baju toko santi dibanderol dengan harga yang relatif terjangkau, mulai dari Rp. 45.000, hingga Rp. 200.000. pendapatan toko santi *collection* belum tentu meningkat.

Berikut data penjualan Toko Santi *Collection* dari Tahun 2021-2023:



Sumber: Data Toko Santi Collection, tahun 2024

Gambar 1. Tingkat Penjualan Tahun 2021 - Tahun 2023

Dari waktu ke waktu pendapatan yang didapatkan oleh Toko Santi *Collection* tidak selalu mengalami kenaikan. Beberapa tahun terakhir ini pendapatan toko mengalami penurunan. Diduga lokasi dan kualitas produknya mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Jika suatu perusahaan ingin meningkatkan pendapatannya mereka harus menetapkan lokasi usaha yang strategis agar konsumen dapat mengaksesnya dan membuat keputusan pembelian (Adipratama, 2019). Kualitas produk juga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen umumnya lebih memilih membeli produk yang

berkualitas tinggi dan tahan lama. Kualitas produk dapat diukur berdasarkan berbagai faktor seperti bahan yang digunakan, desain produk, dan kinerja produk (Philip Kotler, 2016).

Dari latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Toko Santi Collection)”.

2. KAJIAN TEORITIS

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2021) Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi tujuan individu dan organisasi.

Lokasi

Menurut Tjiptono (2019) Lokasi adalah tempat di mana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Pemilihan lokasi yang tepat sangat penting untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan.

Beberapa indikator utama yang harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi usaha menurut Kotler dan Keller (2021) yaitu:

1. Aksesibilitas
2. Visibilitas
3. Target Pasar
4. Biaya
5. Fasilitas
6. Persaingan
7. Peraturan dan Kebijakan Pemerintah
8. Dampak Lingkungan

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah suatu nilai yang melekat pada suatu produk yang terdiri dari atribut-atribut produk yang secara langsung atau tidak langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Lupiyoadi, 2019).

Indikator utama untuk mengukur kualitas produk menurut Tjiptono (2020) yaitu:

1. Kinerja (*Performance*)
2. Fitur (*Features*)
3. Keandalan (*Conformance*)
4. Kecocokan (*Suitability*)
5. Keamanan (*Safety*)
6. Daya Tahan (*Durability*)
7. Estetika (*Aesthetics*)
8. Kemampuan Layak Pakai (*Perceived Quality*)

Keputusan Pembelian

Tjiptono (2020) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan proses mental yang dilalui pembeli dalam membeli, menggunakan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2019) yaitu:

1. Pilihan Produk
2. Pilihan Merek
3. Pilihan Penjual
4. Jumlah Pembelian
5. Waktu Pembelian
6. Metode Pembayaran

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode kuantitatif karena mengacu pada perhitungan data berupa angka. Sugiyono (2020) Menyatakan metode penelitian kuantitatif adalah filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dari penelitian ini adalah pengguna PayLater yang merupakan konsumen di Toko Santi *Collection* yang belum diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik *non-probability sampling*. Karena penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel yaitu dengan menggunakan rumus Unknown Populations. Jumlah sampel yang didapat dari hasil

perhitungan rumus adalah 100 sampel. Semua orang yang secara kebetulan bertemu dengan penelitian dapat dianggap sebagai sampel jika dianggap sesuai sebagai sumber data. Ini dikenal sebagai *sampling aksidental*. (Sugiyono, 2012).

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah kuesioner dan penelitian kepustakaan (*library research*). Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas. Alat analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokolerasi. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda, analisis koefisien kolerasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Lokasi (X1)

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,524	0,1966	Valid
X1.2	0,550	0,1966	Valid
X1.3	0,715	0,1966	Valid
X1.4	0,718	0,1966	Valid
X1.5	0,619	0,1966	Valid
X1.6	0,704	0,1966	Valid
X1.7	0,603	0,1966	Valid
X1.8	0,500	0,1966	Valid
X1.9	0,471	0,1966	Valid
X1.10	0,733	0,1966	Valid
X1.11	0,750	0,1966	Valid
X1.12	0,451	0,1966	Valid

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,634	0,1966	Valid
X2.2	0,810	0,1966	Valid
X2.3	0,736	0,1966	Valid
X2.4	0,710	0,1966	Valid
X2.5	0,695	0,1966	Valid
X2.6	0,640	0,1966	Valid
X2.7	0,647	0,1966	Valid
X2.8	0,477	0,1966	Valid

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1	0,472	0,1966	Valid
Y2	0,677	0,1966	Valid
Y3	0,743	0,1966	Valid
Y4	0,752	0,1966	Valid
Y5	0,594	0,1966	Valid
Y6	0,744	0,1966	Valid
Y7	0,717	0,1966	Valid
Y8	0,699	0,1966	Valid

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa masing-masing item pernyataan dari masing-masing variabel menunjukkan hasil yang signifikan (valid).

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
X1	0,842	0,6	Reliabel
X2	0,827	0,6	Reliabel
Y	0,829	0,6	Reliabel

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel Lokasi (X1), Kualitas Produk (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) reliabel karena memiliki nilai cronbach alpha > 0,60.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.83091893
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.061
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, nilai symp sig sebesar 0,200 artinya data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

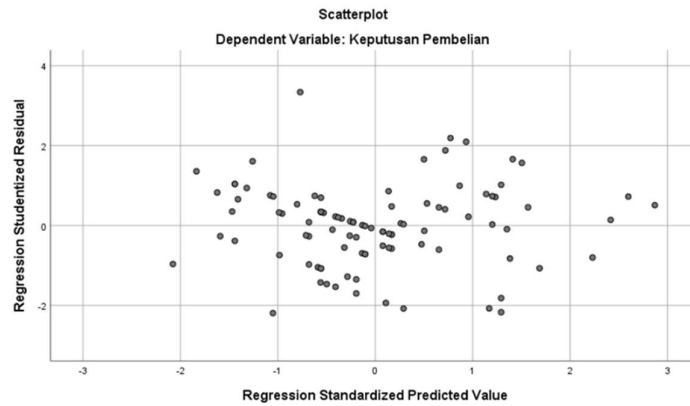
Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
							Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	7.734	3.207		2.412	.018		
	Lokasi	.201	.061	.292	3.299	.001	.819	1.222
	Kualitas Produk	.471	.096	.432	4.884	.000	.819	1.222
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian								

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas, nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas



Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan Gambar di atas menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas tidak ada pola jelas, serta titik-titik diatas dan dibawah angka 0 sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokolerasi

Tabel 7. Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.616 ^a	.379	.366	2.860	2.150
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Lokasi					
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil uji autokolerasi diatas, nilai Durbin-Watson sebesar 2.150 dalam artian nilai angka DW berada antara $D_u < DW < 4 - D_u$.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	7.734	3.207		2.412	.018			

Lokasi	.201	.061	.292	3.299	.001	.476	.318	.264
Kualitas Produk	.471	.096	.432	4.884	.000	.556	.444	.391

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Persamaan regresi linear berganda penelitian sebagai berikut :

$$Y = 7.734 + 0,201 X1 + 0,471 X2 + e$$

Interprestasi:

1. Nilai Konstan menunjukkan bahwa besar nilai konstran apabila variabel Lokasi dan Kualitas Produk dianggap nol, maka keputusan pembelian sebesar 7.733.
2. Nilai Koefisien regresi Lokasi, sebesar 0,201 dan bernilai positif yang berarti apabila variabel lokasi meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan naik dan meningkat juga sebesar 0,201 begitupun sebaliknya, dengan asumsi X1 asumsi tetap.
3. Nilai Koefisien regresi Kualitas Produk, sebesar 0,471 dan bernilai positif yang berarti apabila variabel kualitas produk meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan naik dan meningkat juga sebesar 0,471 begitupun sebaliknya, dengan asumsi X2 asumsi tetap.

Analisis Koefisien Kolerasi dan Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Analisis Koefisien Kolerasi dan Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.616 ^a	.379	.366	2.860	2.150
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Lokasi					
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil output SPSS diatas, nilai koefisien korelasi (R) yaitu sebesar 0,616 yang menunjukkan bahwa keeratan hubungan antara variabel Lokasi (X1) dan Kualitas Produk (X2) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki hubungan yang kuat. Nilai R Square (R²) adalah sebesar 0,379 atau 37,9% dimana hal ini berarti Lokasi dan Kualitas Produk memiliki pengaruh sebesar 37,9 terhadap Keputusan Pembelian Toko Santi. Semakin bagus Lokasi dan Kualitas Produk makan akan mencapai Keputusan Pembelian.

Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Toko Santi *Collection*

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	484.314	2	242.157	29.606	.000 ^b
	Residual	793.396	97	8.179		
	Total	1277.710	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Lokasi						

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil output SPSS diatas, nilai sig F sebesar $0,000 < 0,05$ Demikian maka hipotesis nol (HO) ditolak dan hipotesis alternative (Ha) diterima. Diterimanya hipotesis alternatif (Ha) menunjukkan bahwa pada tingkat kepercayaan 95% secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan pada Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Toko Santi *Collection*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin baik Lokasi dan Kualitas Produk maka Keputusan Pembelian konsumen akan meningkat.

Pengaruh Lokasi Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Toko Santi *Collection*

Tabel 11. Hasil Uji Parsial (T)

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	7.734	3.207		2.412	.018			
	Lokasi	.201	.061	.292	3.299	.001	.476	.318	.264
	Kualitas Produk	.471	.096	.432	4.884	.000	.556	.444	.391
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian									

Sumber diolah dari hasil output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,318 yang menunjukkan terdapat hubungan yang rendah antara Lokasi (X1) dengan keputusan Pembelian (Y). Nilai koefisien korelasi tersebut mengandung arti bahwa peningkatan Lokasi (X1) dapat meningkatkan Keputusan Pembelian (Y). Maka besar pengaruh Lokasi (X1) terhadap

Keputusan Pembelian (Y) secara parsial adalah sebesar 10,1% [$Kd = (0,318)^2 \times 100\%$]. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dilakukan uji t. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS di peroleh sig (0,001) < alpa (a) (0,05) maka H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian dapat diartikan bahwa Lokasi (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya Lokasi sangat membantu tercapainya Keputusan Pembelian Toko Santi. Karena toko santi mempunyai lokasi yang aksesibilitasnya mudah dijangkau dan mudah ditemukan, visibilitasnya dapat dilihat dari kejauhan dengan biaya pakaian yang sangat terjangkau serta fasilitas yang di berikan toko santi menyediakan lahan parkir yang cukup luas dan tempat parkir yang aman.

Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Toko Santi Collection

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi 0,444 yang menunjukkan terdapat hubungan yang rendah antara Kualitas Produk (X2) dengan keputusan Pembelian (Y). Nilai koefisien korelasi tersebut mengandung arti bahwa peningkatan Kualitas Produk (X2) dapat meningkatkan Keputusan Pembelian (Y). Maka besar pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara parsial adalah sebesar 19,7% [$Kd = (0,444)^2 \times 100\%$]. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dilakukan uji t. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS di peroleh sig (0,000) < alpa (a) (0,05) maka H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian dapat diartikan bahwa Kualitas Produk (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya Kualitas Produk sangat membantu tercapainya Keputusan Pembelian Toko Santi. Karena kualitas produk yang di berikan toko santi menyediakan berbagai macam jenis pakaian dan memiliki pakaian model terkini, daya tahan pakaian yang di jual oleh toko santi tidak mudah melar, jahitan kuat dan rapi. Keandalannya memberikan kualitas sesuai harga lalu menjual pakaian yang selalu bagus.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Lokasi bagi konsumen Toko Santi *Collection* berada pada klasifikasi sangat baik. Kualitas Produk bagi konsumen Toko Santi *Collection* berada pada klasifikasi baik. Kualitas Produk berdasarkan survei pada konsumen Toko Santi *Collection* ini bagus.

2. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh signifikan secara simultan Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian secara simultan pada Toko Santi *Collection*.
3. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh signifikan secara parsial Lokasi terhadap Keputusan Pembelian secara simultan pada Toko Santi *Collection*.
4. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh signifikan secara parsial Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian secara simultan pada Toko Santi *Collection*.

Saran

Berdasarkan pembahasan tentang hasil penelitian yang telah didapat, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan skor terendah pada indikator Lokasi yaitu mengenai pernyataan “Toko Santi menyediakan lahan parkir yang cukup luas” dengan skor 392. Peneliti menyarankan agar perusahaan survei untuk mengetahui jumlah kendaraan yang parkir lalu memperkirakan kebutuhan lahan parkir untuk penyediaan lahan dengan kapasitas kendaraan yang lebih memperluas atau kerja sama dengan pemilik lahan dalam penyediaan lahan parkir baik di samping toko atau di belakang agar dapat meningkatkan penjualan dan memuaskan konsumen yang ingin membeli di toko santi.
2. Berdasarkan skor terendah pada indikator Kualitas Produk yaitu mengenai pernyataan “Toko Santi memberikan kualitas sesuai dengan harga” dengan skor 396. Peneliti menyarankan agar perusahaan meningkatkan kualitas produk pakaian dengan cara membeli langsung atau bermitra dengan pembuat pakaian untuk meningkatkan kualitas produk, agar konsumen dapat memilih kualitas produk mana yang akan di pilih dan dapat meningkatkan penjualan untuk perusahaan.
3. Berdasarkan skor terendah pada indikator Keputusan Pembelian yaitu mengenai pernyataan “Toko Santi memiliki banyak pilihan merek pakaian yang diinginkan” dengan skor 397. Peneliti menyarankan agar perusahaan memperbanyak pilihan merek pakaian di Toko Santi *Collection* agar dapat meningkatkan penjualan dan memuaskan konsumen.
4. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mencari dan menambahkan variabel moderasi seperti harga, promosi atau tingkat pendapatan dan variabel mediasi seperti kepuasan konsumen dan loyalitas merek, serta menggunakan metode penelitian yang berbeda seperti metode kualitatif dan eksperimen dan subjek lainnya yang tidak terdapat pada penelitian ini sehingga dapat bermanfaat bagi pelaku usaha sejenis maupun industri usaha lainnya.

DAFTAR REFERENSI

Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (6th ed). Andi Offset

Kotler, Phillip, & Keller (2016). *Manajemen Pemasaran* (13th ed). Erlangga

Lupioyadi, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta:Salemba Empat

Sugiyono. (2012). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2020). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta:Andy

Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset.