

**PENGARUH HARGA, LOKASI TOKO DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO
INDOMARET BURLIAN SIMPANG NASKAH SUKARAMI**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh :

Sonia

NPM : 2201110174

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

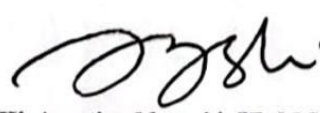
2026

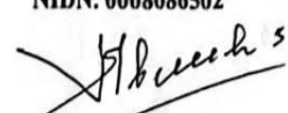
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Sonia
Nomor Pokok/NPM : 2201110174
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Pemasaran
Judul skripsi : Pengaruh Harga, Lokasi Toko Dan Kualitas
Layanan Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen Di Toko Indomaret Burlan Simpang
Naskah Sukarami

Pembimbing Proposal

Tanggal ^{28/7} 2026 Pembimbing I : 
: Hj. Agustina Marzuki, SE, M.Si
NIDN. 0008086502

Tanggal ^{28/7} 2026 Pembimbing II : 
: H. Hisbullah Basri, SE, M.Si
NIDN. 0212016201

Mengetahui :

Dekan



Dr. Hj. Nsy Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Tanggal 02-08-26

Ketua Program Studi



Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si
NIDN: 0226028303

Tanggal 02-08-26

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sonia
Nomor Pokok/NPM : 2201110174
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Pemasaran
Judul skripsi : Pengaruh Harga, Lokasi Toko Dan Kualitas
Layanan Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang
Naskah Sukarami

Penguji Skripsi :
Tanggal 28-7-26 Ketua Penguji : Hj. Agustina Marzuki, SE, M.Si
NIDN. 0008086502

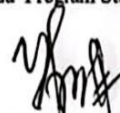
Tanggal 28-7-26 Penguji I : H. Hisbullah Basri, SE, M.Si
NIDN. 0212016201

Tanggal 02-8-26 Penguji II : Baldowi Andhie, S.E., M. P
NIDN. 0210116101

Mengesahkan :

Dekan

Dr. Hj. Misy Mikiyal, SE, M.Si, AK, CA, CSRS
NIDN: 0205026401
Tanggal 02-08-26

Ketua Program Studi

Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si
NIDN: 0226028303
Tanggal 06-08-26

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sonia
Nomor Pokok/NPM : 2201110174
Angkatan : 2022
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Study : Pemasaran
Program Pendidikan : Strata 1 (S1)
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Lokasi Toko Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami

Menyatakan bahwa skripsi ini telah dibuat dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, 23 juli 2026

Penyusun,

A handwritten signature in black ink is written over a red and yellow 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'KORPRI', and '219E2AOX081233811'.

Sonia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
RIWAYAT HIDUP	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	9
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 Harga	14
2.1.3 Lokasi.	24
2.1.4 Kualitas Layanan	29
2.2 Penelitian lain Yang Relevan	32
2.3 Kerangka Berfikir	34
2.4 Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.1.1 Tempat Penelitian	38

3.1.2	Waktu Penelitian	38
3.2	Sumber dan Teknik Peumpulan Data	39
3.2.1	Sumber Data	39
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	39
3.3	Populasi dan Sampel	41
3.3.1	Populasi	41
3.3.2	Sampel dan Teknik Sampling	41
3.3.3	Teknik Sampling.	42
3.4	Rancangan Penelitian	45
3.5	Variabel dan Definisi Operasional	45
3.5.1	Variabel Penelitian	45
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	46
3.6	Instrumen Penelitian	49
3.7	Uji Instrumen	49
3.7.1	Uji Validitas	49
3.7.2	Uji Reliabilitas	50
3.8	Teknik Analisa Data.....	50
3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif	50
3.8.2	Analisis Statistik Inferensial	51
3.9	Uji Hipotesis	54
3.9.1	Uji Simultan (Uji F)	54
3.9.2	Uji Parsial (Uji t)	55
3.10	Sistematika Penulisan.....	57
BAB IVHASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	59
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	59
4.1.2	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	60
4.1.2.1	Struktur Organisasi	60
4.1.2.2	Tugas dan Tanggung Jawab	61
4.1.3	Deskripsi Profil Responden	63
4.1.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.	65

4.1.4.1 Uji Validitas	65
4.1.4.2 Uji Reliabilitas	74
4.1.5 Analisis Statistik Deskriptif	75
4.1.6 Uji Asumsi Klasik	76
4.1.6.1 Uji Normalitas	76
4.1.6.2 Uji Multikolinieritas	77
4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas	78
4.1.7 Regresi Linear Berganda	78
4.1.8 Koefisien Korelasi	80
4.1.9 Koefisien Determinasi	81
4.1.10 Uji Hipotesis Penelitian	82
4.1.10.1 Uji Simultan (Uji F).....	82
4.1.10.2 Uji Parsial (Uji t)	82
4.2 Pembahasan Penelitian	84
4.2.1 Pengaruh Harga, Lokasi Toko Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami.	84
4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami.	85
4.2.3 Pengaruh Lokasi Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami.	85
4.2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami. .	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

ABSTRAK

Sonia, Pengaruh Harga, Lokasi Toko Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami (Di bawah bimbingan Ibu Hj. Agustina Marzuki, SE, M.Si dan Bapak H. Hisbullah Basri, SE, M.Si)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Harga, Lokasi Toko Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan program komputer *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, Lokasi Toko Dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami dengan signifikan sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Persamaan regresi linier berganda $Y = 1,885 + 0,095 X_1 + 0,132 X_2 + 0,724 X_3$. Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami dengan signifikan sebesar $0,005 < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Lokasi Toko berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami dengan signifikan sebesar $0,001 < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami dengan signifikan sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

Kata Kunci : Harga, Lokasi Toko, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Sonia, *The Influence of Price, Store Location, and Service Quality on Consumer Purchasing Decisions at the Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami Store (Supervised by Mrs. Hj. Agustina Marzuki, SE, M.Si and Mr. H. Hisbullah Basri, SE, M.Si).*

This study aims to determine whether price, store location, and service quality influence consumer purchasing decisions at the Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami store. The sample for this study consisted of 96 individuals. The analysis technique employed was multiple linear regression, processed using the Statistical Product and Service Solutions (SPSS) software, version 24.

The research results indicate that Price, Store Location, and Service Quality significantly influence consumer purchasing decisions at the Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami store (significance value $0.000 < \alpha (0.05)$); thus, the null hypothesis (H_0) is rejected and the alternative hypothesis (H_a) is accepted. The multiple linear regression equation is $Y = 1.885 + 0.095 X_1 + 0.132 X_2 + 0.724 X_3$. Price significantly influences consumer purchasing decisions at the Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami store (significance value $0.005 < \alpha (0.05)$); thus, H_0 is rejected and H_a is accepted. Store Location significantly influences consumer purchasing decisions at the Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami store (significance value $0.001 < \alpha (0.05)$); thus, H_0 is rejected and H_a is accepted. Service Quality significantly influences consumer purchasing decisions at the Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami store (significance value $0.000 < \alpha (0.05)$); thus, H_0 is rejected and H_a is accepted

Keywords: Price, Store Location, Service Quality, Purchase Decision.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan perkembangan bisnis ritel yang semakin pesat, persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin ketat, khususnya pada sektor minimarket modern. Perusahaan ritel dituntut untuk mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen secara tepat agar dapat mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan. Salah satu bentuk usaha ritel yang berkembang pesat di Indonesia adalah Indomaret, yang menawarkan berbagai kebutuhan sehari-hari dengan konsep toko modern yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Kehadiran toko-toko Indomaret di berbagai wilayah menunjukkan tingginya permintaan masyarakat terhadap kemudahan berbelanja. Namun demikian, tingginya jumlah gerai juga menyebabkan persaingan tidak hanya antar merek ritel, tetapi juga antar gerai dalam satu merek itu sendiri, sehingga setiap toko harus mampu memberikan nilai lebih bagi konsumen agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut Kotler & Keller (2021:184) keputusan pembelian konsumen merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha ritel. Keputusan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari dalam diri konsumen maupun dari luar, seperti strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan. Manajemen perusahaan harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Arianto (2023:15) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu produk, harga, lokasi (tempat),

promosi dan kualitas pelayanan. Namun dalam penelitian ini peneliti fokus pada faktor harga, lokasi toko, dan kualitas pelayanan. Berikut penjelasan hubungan harga, lokasi toko dan kualitas layanan dalam hubungannya dengan keputusan pembelian.

Menurut Philip Kotler (2020:145) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Buchari Alma (2021:169) harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dalam bentuk uang, yang menjadi dasar dalam proses pertukaran untuk mendapatkan barang atau jasa. Harga juga mencerminkan kualitas, citra, serta posisi suatu produk di pasar, harga sering digunakan sebagai alat untuk menarik minat konsumen, mempertahankan pangsa pasar, serta meningkatkan daya saing perusahaan. Harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen karena dalam proses pengambilan keputusan, konsumen cenderung membandingkan antara manfaat yang diperoleh dengan pengorbanan yang harus dikeluarkan. Jika harga yang ditawarkan dianggap sesuai dengan kualitas dan manfaat produk, maka konsumen akan lebih cenderung melakukan pembelian. Sebaliknya, apabila harga dinilai terlalu tinggi dibandingkan nilai yang dirasakan, maka konsumen akan menunda atau bahkan membatalkan pembelian.

Selain harga, lokasi juga penting untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian. Menurut Fandy Tjiptono (2020:192) lokasi adalah penentuan tempat operasional perusahaan agar mudah dijangkau oleh konsumen. Lokasi yang baik mencakup berbagai aspek seperti aksesibilitas, visibilitas, lalu lintas (*traffic*),

ketersediaan tempat parkir, serta lingkungan sekitar yang mendukung aktivitas bisnis. Lokasi yang tepat akan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh produk, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan keputusan pembelian konsumen. Menurut Heizer dan Render (2021: 112) lokasi merupakan keputusan penting dalam manajemen operasi yang berkaitan dengan penempatan fasilitas usaha, pemilihan lokasi yang tepat dapat meminimalkan biaya distribusi, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperkuat keunggulan kompetitif perusahaan. Lokasi memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian konsumen karena berkaitan langsung dengan kemudahan akses dan kenyamanan dalam memperoleh produk. Konsumen cenderung memilih tempat yang mudah dijangkau, memiliki akses transportasi yang baik, serta berada di lingkungan yang aman dan nyaman. Semakin strategis suatu lokasi, semakin besar peluang konsumen untuk datang dan melakukan pembelian. Selain itu lokasi juga mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu usaha. Tempat usaha yang berada di pusat keramaian atau kawasan yang dikenal memiliki citra baik akan meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen. Sebaliknya, lokasi yang sulit dijangkau, jauh dari pusat aktivitas, atau memiliki fasilitas yang kurang memadai dapat mengurangi keinginan konsumen untuk berkunjung dan membeli produk.

Selain harga dan lokasi, kualitas layanan juga memiliki peranan penting dalam meningkatkan keputusan pembelian. Menurut Parasuraman (2020:35) kualitas layanan adalah keseluruhan karakteristik dan sifat dari suatu jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas layanan mencerminkan seberapa baik suatu

perusahaan mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas layanan tidak hanya dilihat dari hasil akhir, tetapi juga dari proses penyampaian layanan itu sendiri, seperti sikap karyawan, kecepatan pelayanan, serta ketepatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Lovelock dan Wirtz (2022:74) kualitas layanan adalah tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja layanan yang dirasakan. Mereka menekankan bahwa kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh interaksi langsung antara penyedia jasa dan pelanggan, sehingga faktor manusia (*human factor*) menjadi elemen kunci dalam menciptakan layanan yang berkualitas tinggi. Kualitas layanan memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian konsumen karena dalam proses pengambilan keputusan, konsumen tidak hanya mempertimbangkan produk dan harga, tetapi juga pengalaman pelayanan yang mereka terima. Layanan yang baik, cepat, ramah, dan responsif akan memberikan kesan positif sehingga meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

Indomaret Burlian Simpang Naskah yang berada di kawasan Sukarami, Kota Palembang, merupakan salah satu gerai minimarket modern yang hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang kebutuhan sehari-hari secara cepat dan praktis. Toko ini mulai beroperasi sekitar tahun 2010 seiring berkembangnya kawasan Jalan Kol. H. Burlian sebagai pusat permukiman, perdagangan, dan aktivitas masyarakat di Kota Palembang. Kehadiran Indomaret tersebut memberikan kemudahan bagi warga sekitar dalam berbelanja berbagai kebutuhan pokok, makanan, minuman, perlengkapan rumah tangga, hingga layanan

pembayaran digital dan pembelian pulsa. Selain itu, lokasi toko yang strategis di daerah Simpang Naskah membuat gerai ini menjadi salah satu tempat belanja yang cukup ramai dikunjungi masyarakat setiap harinya.

Berdasarkan penjelasan hubungan harga, lokasi toko dan kualitas layanan maka hal tersebut harus menjadi perhatian perusahaan termasuk Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa pelanggan di Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami, diperoleh informasi bahwa terjadinya penurunan keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu harga, lokasi toko, dan kualitas layanan.

Dari segi harga, sebagian besar responden menyatakan bahwa harga beberapa produk di toko tersebut cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan toko ritel lain di sekitarnya. Hal ini membuat konsumen menjadi lebih selektif dalam berbelanja, bahkan tidak jarang memilih untuk berpindah ke toko lain yang menawarkan harga lebih terjangkau atau promo yang lebih menarik. Selain itu, konsumen juga mengungkapkan bahwa ketidakkonsistenan diskon atau kurangnya informasi terkait promo membuat minat beli mereka menurun.

Dari aspek lokasi toko, meskipun secara umum toko berada di kawasan yang cukup strategis, beberapa pelanggan mengeluhkan akses masuk yang kurang nyaman, terutama pada jam-jam sibuk. Area parkir yang terbatas dan dikenakan tarif parkir bagi konsumen untuk berkunjung. Beberapa responden menyatakan bahwa mereka lebih memilih toko lain yang memiliki akses lebih mudah dan tidak membayar tarif parkir, sehingga memberikan kenyamanan saat berbelanja.

Sementara itu, dari segi kualitas layanan, hasil wawancara menunjukkan adanya beberapa keluhan terkait pelayanan dari karyawan toko. Beberapa pelanggan menilai bahwa pelayanan yang diberikan kurang ramah dan kurang responsif, terutama saat toko dalam kondisi ramai. Selain itu, terdapat juga keluhan mengenai antrian yang cukup panjang di kasir serta keterbatasan jumlah karyawan yang melayani, sehingga waktu tunggu menjadi lebih lama. Kondisi ini membuat konsumen merasa kurang nyaman dan pada akhirnya mempengaruhi keputusan mereka untuk melakukan pembelian kembali.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena yang telah di jelaskan maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Harga, Lokasi Toko Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Harga, Lokasi Toko Dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami?
2. Apakah Harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami?

3. Apakah Lokasi Toko secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami?
4. Apakah Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan:

1. Pengaruh Harga, Lokasi Toko Dan Kualitas Layanan secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami.
2. Pengaruh Harga secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami.
3. Pengaruh Lokasi Toko secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami.
4. Pengaruh Kualitas Layanan secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di peroleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, serta menambah wawasan mengenai Pengaruh Harga, Lokasi Toko Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami.

2. Bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan membantu perusahaan dalam melihat pengaruh Harga, Lokasi Toko Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami.

3. Bagi almamater.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai referensi bagi mereka yang membutuhkan informasi dalam bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai Harga, Lokasi Toko Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Indomaret Burlian Simpang Naskah Sukarami.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2021. *Manajemen Pemasaran Dan Jasa*. Bandung: cv Alfa.beta
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2021 *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Andi. 2020. *Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian*. Journal Derivatif, 10(1).
- Anggraini, R., Abdhie, B., & Djunaidi, H. 2024. *Pengaruh Citra Merek, Varian Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo*. Jurnal Kompetitif, 13(1), 29-47.
- Assauri, Sofjan. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Armistead dan Clark. 2020. *Ii, B A B Pelayanan, A Kualitas Pelayanan, Pengertian Kualitas*. 56–57
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C.2020. *Principles of Operations Management : Sustainability and Supply Chain Management, 10th Edition*. London: Pearson Education Ltd.
- Ibrahim. 2021. *Manajemen Pemasara*. Sukoharjo: Pridina Pustaka
- Kasmir. 2020. *Analisis Laporan Keuangan*.(Cetakan ke 5 ed.) Jakarta: Rajawali Pers
- Kuncoro, Mudrajat. 2020. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yoyakarta : UPP-AMP YKPN
- Kotler, Philip; Keller, K. L. 2020. *Manajemen pemasaran : Jil. 1 / Philip Kotler, Kevin Lane Keller ; Alih Bahasa Bob Sabran*. Jurnal Manajemen Dan Entrepreneurship, 6(3).
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2021. *Marketing Management. 16th Edition*. Pearson Education Limited.
- Oktaviani, M. A., Oetarjo, M., & Yani, M. 2025. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shinta's Collection*. Jambura Journal of Educational Management, 236-250
- Prasanthi, N. L. G. W., & Noval, I. M. M. (2025). *Pengaruh Ketersediaan Produk, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Goesmank: The Influence Of Product Availability, Location, And Service Quality On Purchase Decision At Goesmank Store*. *Ganec Swara*, 19(3), 809-818.

- Rahma, Wahdiniwaty. 2020. *Manajemen Keuangan dan Bisnis; Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Rahmawati, D., Aulawi, H., & Kurniawati, R. 2023. “*Pengukuran Kualitas Layanan Berdasarkan Dimensi SERVQUAL*.” *Jurnal Teknik Industri*, 18(1), 21–32.
- Rusydi. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Safika, N., & Afandi, N. 2025. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sembako Madura dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. EKSYPAR: Jurnal Ekonomi Syari’ah & Bisnis Islam, 12(1), 1-20.
- Sangadji dan Sopiah. 2021. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Edisi Pert. Yogyakarta: Andi
- Septiningsi, E., Suhardi, A. M., & Hasbi, A. R. 2023. “*Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian*.” *Jurnal Efektor*, 10(1), 70–77.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, Wiratna. 2020. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta
- Tjiptono Fandy 2020. *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Thamrin dan Francis Tantri. 2020. *Manajemen Pemasaran Edisi 1 Cet 4*. Jakarta: Rajawali Pers.