

PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SUDUT KOPPI KOTA BATAM

Dadi Akhmad Perdana

Dosen Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo,
Komplek Green Garden Blok C No 16 Kampung Seraya Kecamatan Batu Ampar Kota
Batam, Kepulauan Riau
email : dadi_perdana@yahoo.com

ABSTRACT

This study is to analyze the effect of location, of price, of service quality on customer satisfaction at Sudut Koppi Kota Batam,. The method used for sampling in this study is purposive sampling. The sample used in this study was 50 respondents from the customers of Sudut Koppi Kota Batam. Data collection techniques were carried out using a questionnaire technique. While the analysis of the data using quantitative data analysis, namely Multiple Regression, t-and testf-test. The results of this study obtained multiple linear regression equation $Y = (-0.451) + -0.255 + 0.316 + 0.152$. While the partial hypothesis test (t test) the location variable (X1) has an effect on customer satisfaction at Sudut Koppi Kota Batam, but has a significant effect on customer satisfaction at Sudut Koppi Kota Batam, this is evidenced by the results of the t value $2,970 > t$ table 2.011 and Sig $0.005 < 0.05$, the price variable (X2) has a significant effect on customer satisfaction at Sudut Koppi Kota Batam, this is proven by the t value of $3,294 > t$ table 2.011, and Sig $0.002 < 0, 05$, the service quality variable (X3) has a significant effect on customer satisfaction at Sudut Koppi Kota Batam, this is proven by the t-count value of $3.442 > t$ table 2.011, and Sig $0.001 < 0.05$. The value of R Square is 0.910, which means that the location variable (X1), price (X2) and service quality (X3) can explain the customer satisfaction variable by 91.0%, while 9% is explained by other variables not discussed in this study.

Keywords: location, price, service quality and customer satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh lokasi, harga, kualitas pelayanan dan terhadap kepuasan pelanggan di Sudut Koppi Kota Batam. Metode yang digunakan untuk pengambilam sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini 50 responden dari pelanggan Sudut Koppi Kota Batam Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik koesioner. Sedangkan analisis terhadap data menggunakan analisis data secara kuantitatif yaitu Regresi Berganda, Uji t dan Uji f. Hasil dari penelitian ini memperoleh persamaan regresi linear berganda $Y = (-0,451) + 0,255 + 0,316 + 0,152$. Sedangkan uji hipotesis secara parsial (uji t) variabel lokasi (X1) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Sudut Koppi Kota Batam, tetapi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Sudut Koppi Kota Batam, hal ini dibuktikan dari hasil nilai t hitung $2,970 > t$ tabel 2.011 dan Sig $0,005 < 0,05$, variabel harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Sudut Koppi Kota Batam, hal ini di buktikan dengan dari nilai t hitung $3,294 > t$ tabel 2.011, dan Sig $0,002 < 0,05$, variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Sudut Koppi Kota Batam, hal ini di buktikan dengan dari nilai t hitung $3,442 > t$ tabel 2.011, dan Sig $0,001 < 0,05$. Nilai R Square adalah 0,910, artinya menunjukkan bahwa variabel lokasi (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 91,0%, sedangkan 9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci: lokasi, harga, Kualitas pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Lokasi sangatlah berpengaruh pelanggan dalam mengambil barang dalam keputusan pembelian. Dalam memiliki lokasi dalam suatu keramaian sangatlah dijangkau oleh calon

pelanggan dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam pemilik usaha. Lokasi yang sangat dijangkau dengan cara tidak jauh dari lingkungan kantor atau perumahan. (Tjiptono & Fandy, 2002) dalam memilih lokasi yang sangatlah strategis di sekitar perbelanjaan, dan dekat dengan pemukiman masyarakat yang luas agar nyaman bagi pelanggan. Dimana tinggi dan rendahnya pada suatu harga yang diberikan kepada pelanggan yang sangat berpengaruh terhadap suatu produk yang dipasarkan. Dalam usaha penetapan harga karena menyesuaikan pada lingkungan dan bisa terjadinya persaingan dalam usaha yang semakin ketat dalam perkembangan sewaktu-waktu. Salah satu strategi yang diambil oleh suatu usaha yaitu memberikan harga kepelanggan dengan harga yang sangat murah dengan persaingan lainnya.

Keberhasilan dalam jasa pelayanan untuk mencapai tujuan sangatlah bergantung pada pelanggan. Seorang usaha memberikan kualitas pelayanan agar bermutu kepada para pelanggan supaya mencapai tujuannya. Dalam suatu usaha mutu kualitas pelayanan sangat penting karena sangatlah diperhatikan dalam persaingan usaha. Pelanggan dibandingkan dengan raja yang perlu dilayani, tetapi itu tidak berarti menyerahkan segalanya kepada pelanggan. Usaha yang memuaskan kebutuhan pelanggan harus dipenuhi dengan cara yang menguntungkan atau sosial Sebuah 'situasi menang-menang' di mana kedua belah pihak senang atau tidak siapa yang terluka. Kepuasan sangatlah penting karena salah satunya alasan konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada suatu produk. Faktor kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi dalam suatu produk dan kualitas pelayanan. Pelanggan merasa puas bisa kemungkinan dengan produk usaha dalam waktu yang sangat lama. Di Batam banyak terdapat banyak warung bakso seperti, Bakso Meteor, Bakso Gunung dan Bakso Mercon. Kualitas pelayanan pada suatu harga yang dapat ditawarkan bermacam – macam, pada keunggulan setiap warung yang berbeda - beda, hal tersebut harus membuat strategi bersaing unggul dibandingkan dengan kompetitornya. Sudut Koppo Kota Batam merupakan salah satu warung bakso yang ramai dalam memiliki strategi dan keunggulan berbeda sama usaha lainnya, akan tetapi ada beberapa masalah yang terlihat dengan lokasi, harga dan kualitas pelayanan. Lokasi Bakso Boom terletak dipinggir jalan di Bida Asri Batam Center.

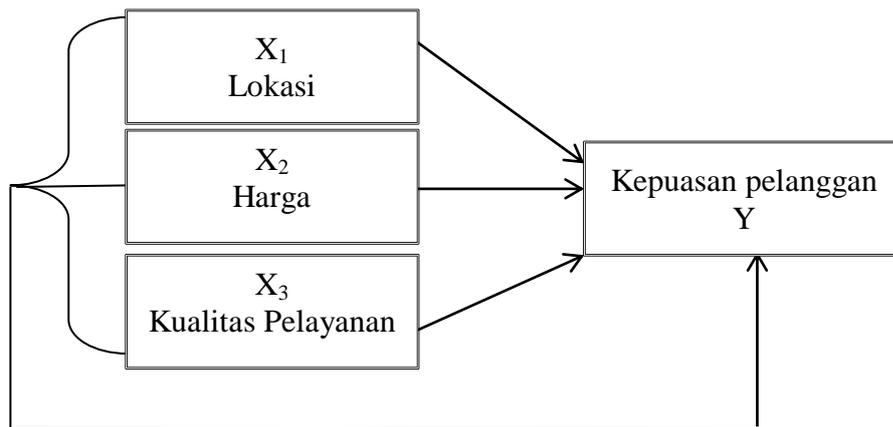
Landasan Teori

Lokasi adalah mengambil keputusan seorang pembisnis dimana dia akan mencari yang strategis yang tepat. Lokasi sangat berpengaruh dalam suatu manajemen strategik contoh kemampuan dari seorang dalam bisnis, posisi dalam lokasi sangat bagus, mengelolah suatu produk dan fokus dalam strategik dalam usaha. Dalam suatu kemampuan seseorang bisnis suatu lokasi perubahan dalam perekonomian pada jasa atau produk kita mampu bereaksi. Seorang pembisnis dalam suatu keputusan dalam lokasi sangatlah berkomitmen dengan jangka panjang karena banyak suatu aset modal yang sangat besar dalam bentuk jasa. Oleh karena itu penyedia pada jasa harus berhati-hati dalam mengambil suatu pada lokasi. Seandainya lokasi pembisnis sangat bagus maka bisa jadi persaingan dan peraturan bisa saja akan datang menurut (Susanti, 2012).

Harga adalah suatu uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang dan pelayannya menurut (Sumarmi, 2000). Suatu usaha harus memiliki strategi harga yang tepat agar bisa menjadi kunci keberhasilan usaha dan usaha harus bisa memasarkan suatu jasa atau barang. Pada harga yang merupakan suatu pemasaran dan bisa berikan pemasukan atau pendapatan bagi usaha. Harga sering berkaitan dengan munculnya permintaan semakin rendah harga pada suatu produk maka semakin banyaknya permintaan. Sebaliknya semakin tinggi harga pada suatu produk maka semakin rendah permintaan terhadap produk tersebut menurut (Sukirno, 2006).

Mendefinisikan pada kualitas pelayanan adalah mengukur pada kualitas pelayanan yang berikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan menurut penelitian (Fandy Tjiptono, 2002). Pelayanan merupakan faktor penting karena kelangsungan dan perkembangan suatu perusahaan. Usaha yang bergerak dibidang jasa makan dan minuman harus terus berusaha untuk mengembangkan kualitas pelayanan dengan baik, sehingga dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan dengan begitu pelanggan akan tetap setia akan datang lagi tempat kopi.

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi dalam suatu membeli produk yang pelanggan inginkan supaya melampaui harapan konsumen menurut (Tjiptono & Fandy, 2002). Respon dari pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dari keputusan konsumen yang dirasakan setelah merasakannya, kepuasan konsumen merupakan pemicu meningkatkan keuntungan bagi perusahaan dimasa yang akan datang.



Gambar 1 Kerangka Pikir

Hipotesis

Secara umum dari hipotesis yang diatikan sebagai berikut suatu permasalahan dalam penelitian, sampai data yang terkumpul dapat dibuktikan dalam kebenaran. Dalam indentifikasi masalah, rumusan dan batasan masalah yang diatas maka dalam penulisan mengambil suatu hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H₁ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi (X₁) dengan Kepuasan Pelanggan (Y).
- H₂ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga (X₂) dengan Kepuasan Pelanggan (Y).
- H₃ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X₃) dengan Kepuasan Pelanggan (Y).
- H₄ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi (X₁), Harga (X₂) dan Kualitas Pelayanan (X₃) secara bersama-sama Kepuasan Pelanggan (Y).

METODE PENELITIAN

Metode Kuantitatif

Kuantitatif adalah mengukur pada suatu data kuantitatif dan statisik dalam objektif melalui hitungan pada suatu ilmiah berasal dari sampel orang- orang dan penduduk yang akan diminta menjawab atas pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dalam persentase tanggapan mereka, dalam mengukur sampel dihitung oleh survei dengan megunakan rumusan untuk menentukan seberapa besar ukuran sampel yang diperlukan dari

suatu populasi untuk mencari suatu hasil dengan tingkat akurasi yang dapat diterima. Pada umumnya para penelitian untuk pengukuran pada sampel akan menghasilkan temuan dengan minimal 95% tingkat keyakinan dan plus atau minus 5% poin margin dari kesalahan (Effendy & Uchjana, 2006).

Populasi

Populasi suatu sekelompok orang, kejadian, pada suatu karakteristik tertentu menurut (Basri & Faisal, 2001). Dalam populasi untuk penelitian diambil seluruh pelanggan yang pernah membeli Bakso Boom Pak jayus.

Sampel

Dalam pengambilan sampel harus mencari didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Teknik dalam sampel menggunakan *purposive sampling* yang menurut (Sugiyono, 2013). *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan sampel dalam penelitian ini berdasarkan pada kriteria persyaratan sampel yang telah ditentukan penelitian, kriteria tersebut antara lain :

1. Responden saat diteliti yang sudah pernah melakukan pembelian pada Sudut Koppi Kota Batam
 2. Satu responden hanya boleh mengisi satu kuesioner.
- maka jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 50 responden yang diperoleh pembelian pada Sudut Koppi Kota Batam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik Respon Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan diWarung Bakso Boom yang berjumlah 50 responden. Dalam penelitian responden yang disebarakan melalui kuesioner dengan *google form* dalam secara online. Kuesioner yang disebarakan adalah kuisisioner hasil dari indikator lokasi, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Data Variabel Lokasi

Variabel	Nilai Kolerasi	Nilai r Table	Keterangan
Lokasi1	0,934	0,278	Valid
Lokasi2	0,890		
Lokasi3	0,876		
Lokasi4	0,877		

Sumber:Data SSPS

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Data Variabel Harga

Variabel	Nilai Kolerasi	Nilai r Table	Keterangan
Harga1	0,796	0,278	Valid
Harga2	0,895		
Harga3	0,778		
Harga4	0,815		

Sumber:Data SSPS

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Data Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Nilai Kolerasi	Nilai r Table	Keterangan
Kualitas Pelayanan1	0,657	0,278	Valid
Kualitas Pelayanan2	0,742		
Kualitas Pelayanan3	0,718		
Kualitas Pelayanan4	0,591		
Kualitas Pelayanan5	0,631		

Sumber:Data SSPS

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Data Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Nilai Kolerasi	Nilai r Table	Keterangan
Kepuasan Pelanggan1	0,850	0,278	Valid
Kepuasan Pelanggan2	0,934		
Kepuasan Pelanggan3	0,944		

Sumber:Data SSPS

Uji Regresi Berganda

Tabel 5 Hasil Regresi Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std.Error		
Konstanta	-0,451	0,596		0,453
Lokasi	0,255	0,086	0,343	0,005
Harga	0,361	0,110	0,438	0,002
Kualitas Pelayanan	0,152	0,044	0,237	0,001

Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Sumber:Data SSPS

Dari tabel diatas dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut;

$$Y = -0,451 + 0,255X_1 + 0,361X_2 + 0,151X_3 + e$$

Persamaan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta bertanda negatif adalah -0,451, artinya apabila lokasi, harga dan kualitas pelayanan sama dengan 0, maka kepuasan pelanggan mengalami penurunan
2. Nilai konstanta regresi variabel adalah 0,255, artinya apabila lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
3. Nilai konstanta regresi variabel adalah 0,361, artinya apabila harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
4. Nilai konstanta regresi variabel adalah 0,152, artinya apabila kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 6 Uji t

Variabe	T	Sig	Keterangan
Lokasi	2,970	0,005	Berpengaruh Secara Signifikan
Harga	3,294	0,002	
Kualiatas Pelayana	3,442	0,001	

Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel lokasi $t_{hitung} (2,970) > t_{tabel} (2.011)$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap lokasi. Disamping itu nilai probabilitas $0,005 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau hipotesis di terima.
2. Variabel harga $t_{hitung} (3,294) > t_{tabel} (2.011)$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap harga. Disamping itu nilai probabilitas $0,002 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau hipotesis di terima.
3. Variabel kualitas pelayanan $t_{hitung} (3,442) > t_{tabel} (2.011)$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Disamping itu nilai probabilitas $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau hipotesis di terima

Uji f

Tabel 7 Uji t

Variabel	F	Sig	Keterangan
Lokasi	155,551	0,000	Berpengaruh secara bersama-sama
Harga			
Kualitas Pelayanan			

Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi

Sumber:Data SSPS

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa F_{hitung} adalah 155,551 dengan signifikansi nilai F_{hitung} sebesar 0,000 lebih rendah dari 0,05. Sedangkan nilai F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) adalah 2,80. Oleh karena pada perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan(Y)

Uji Koefisien Determinasi

Table 8 Uji Koefisien Determinasi

model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,954	0,910	0,904	0,851

Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi

Sumber:Data SSPS

Dari data Tabel 8 dapat dilihat bahwa nilai R Square = 0,910 yang berarti hubungan antara variabel lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 91,0% R Square sebesar 0,910 atau 91,0% berarti variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 91,0%. Sementara sisa sebesar 9% diterangkan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} (2,970) > t_{tabel} (2.011)$ dan $0,005 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau dikatakan H_1 terima. Hal ini tidak memperkuat penelitian (Indra Firdiyansyah, 2017) menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel lokasi terhadap kinerja kepuasan pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. hasil ini sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan dengan tingkat signifikan $0,007$ lebih kecil $0,05$.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} (3,294) > t_{tabel} (2.011)$ dan $0,002 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau dikatakan H_2 diterima. Hal ini memperkuat penelitian (Muhamad Abu Rizal, 2017) menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel harga terhadap pelanggan pada Bakso H. Yatim Bekasi Timur. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan dengan tingkat signifikannya $0,000$ lebih kecil $0,05$.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} (3,442) > t_{tabel} (2.011)$ dan $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau dikatakan H_3 diterima. Hal ini memperkuat penelitian (Darmawan Jaya Negara, 2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap Warung Bakso Kabut Bu Juhairiyah Jember. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan dengan tingkat signifikannya $0,000$ lebih kecil $0,05$.
4. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa F_{hitung} adalah $155,551$ dengan signifikansi nilai F_{hitung} sebesar $0,000$ lebih rendah dari $0,05$. Sedangkan nilai F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) adalah $2,80$. Oleh karena pada perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, berikut ini akan disimpulkan beberapa hal berkenaan dengan penelitian ini.

1. Terdapat pengaruh dan signifikan variabel lokasi terhadap kepuasan pelanggan Sudut Koppi Kota Batam. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} (3,442) > t_{tabel} (2.011)$ dan $0,005 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau dapat dikatakan H_1 diterima.
2. Terdapat pengaruh secara signifikan variabel harga terhadap kepuasan pelanggan Sudut Koppi Kota Batam. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} (3,442) > t_{tabel} (2.011)$ dan $0,002 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau dapat dikatakan H_2 diterima.
3. Terdapat pengaruh secara signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sudut Koppi Kota Batam. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} (3,442) > t_{tabel} (2.011)$ dan $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau dapat dikatakan H_3 diterima.

4. secara bersama-sama terdapat pengaruh signifikan antara lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sudut Koppi Kota Batam. Hasil ini sesuai dengan hipotesis yang dirumuskan. Berdasarkan hasil analisis hasil perhitungan menunjukkan bahwa F_{hitung} adalah 155,551 dengan signifikansi nilai F_{hitung} sebesar 0,000 lebih rendah dari 0,05

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, serta manajemen sudut kopi maka penelitian ini tidak akan selesai. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pimpinan sudut kopi Kota Batam

DAFTAR PUSTAKA

- Basri, & Faisal. (2001). *Perekonomian Indonesia Tantangan dan Harapan bagi Kebangkitan Indonesia* (Erlangga).
- Effendy, & Uchjana, O. (2006). *Hubungan Masyarakat* (PT. Remaja Rosdakarya).
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (ALFABETA).
- Sukirno. (2006). *Ekonomi Pembangunan* (Erlangga).
- Sumarmi. (2000). *Ekonomi Ketenaga Kerjaan*.
- Susanti, T. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Tembalang, Semarang)*. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Tembalang, Semarang)*.
- Tjiptono, & Fandy. (2002). *Strategi pemasaran* (Andi Offset).