

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Sembiring, Cindy Vebriola Br

2025

Pengaruh Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sirup Dewi Berastagi

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/559>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA SIRUP DEWI BERASTAGI
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

NAMA : CINDY VEBRIOLA BR SEMBIRING

NPM : 210110118

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN**

2025

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
SIRUP DEWI BERASTAGI**

CINDY VEBRIOLA BR SEMBIRING

NIM : 210110118



**Disahkan Oleh
Ketua Program Studi**



Dr. Miska Irani Br Tarigan, S.Sos., M.M
NIDN : 0108108002

**Disetujui Dosen
Pembimbing**

Dr. Donalson Silalahi
NIDN : 0128026201

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
SIRUP DEWI BERASTAGI**

CINDY VEBRIOLA BR SEMBIRING

NIM : 210110118

PROGRAM STUDI MANAJEMEN


Medan, 23 Mei 2025

Penguji I

Penguji II



Dr. Pandapotan Sitompul, M.M.
NIDN: 0412116401



Drs. Robinson Sipahutar, M.Si
NIDN : 0128046003

Ketua Penguji



Dr. Donaldson Silalahi
NIDN : 0128026201

**Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Dr. Kornel Munthe
NIDN : 0130096702

Ketua Program Studi



Dr. Miska Irani Br Tarigan, S.Sos., M.M.
NIDN : 0108108002

ABSTRAK

CINDY VEBRIOLA BR SEMBIRING 210110118, 2025. PENGARUH HARGA,LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SIRUP DEWI BERASTAGI.

Pembimbing: Dr. Donalson Silalahi

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sirup Dewi Berastagi. Data ini diperoleh melalui survei penyebaran kuesioner yang diberikan pada 96 (sembilanpuluh enam) orang konsumen akhir yang langsung membeli ke Sirup Dewi Berastagi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah regresi linear berganda yang dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 25. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 25 diketahui $Y = 7,517 + 0,794X_1 + 0,099X_2 + 0,163X_3 + e$. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 5,727 > t_{tabel} 1,662$. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan tingkat signifikan $0,428 > 0,05$ dan $t_{hitung} 0,796 < t_{tabel} 1,662$. Promosi juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan dengan tingkat signifikan $0,123 > 0,05$ dan $t_{hitung} 1,555 < t_{tabel} 1,662$. Nilai koefisien determinasi (R^2) = 49,5% menunjukkan besarnya pengaruh Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan 50,5% lagi dipengaruhi faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dari hasil uji F diketahui bahwa $F_{hitung} 30,004 > F_{tabel} 3,10$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara simultan variabel Harga, Lokasi dan Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sirup Dewi Berastagi

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Promosi dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and explain the Influence of Price, Location and Promotion on Purchasing Decisions of Dewi Berastagi Syrup. This data was obtained through a survey of questionnaires given to 96 (ninety-six) end consumers who directly purchased from Dewi Berastagi Syrup. The sampling technique used was multiple linear regression which was carried out using SPSS 25 software. The research method used in this study was a quantitative analysis method. Based on the results of the analysis using SPSS 25 software, it is known that $Y = 7.517 + 0.794X_1 + 0.099X_2 + 0.163X_3 + e$. Price has a significant effect on Purchasing Decisions, with a significance level of $0.000 < 0.05$ and $t_{count} 5.727 > t_{table} 1.662$. Location does not have a significant effect on Purchasing Decisions, with a significance level of $0.428 > 0.05$ and $t_{count} 0.796 < t_{table} 1.662$. Promotion also has no significant influence on Purchasing Decisions, with a significance level of $0.123 > 0.05$ and $t_{count} 1.555 < t_{table} 1.662$. The coefficient of determination (R^2) = 49.5% indicates the magnitude of the influence of Price, Location and Promotion on Purchasing Decisions, while the other 50.5% is influenced by other factors not included in this study. From the results of the F test, it is known that $F_{count} 30.004 > F_{table} 3.10$ so that H_0 is rejected and H_1 is accepted, meaning that simultaneously the variables Price, Location and Promotion have an effect on Purchasing Decisions for Dewi Berastagi Syrup.

Keywords: Price, Location, Promotion and Purchasing Decisions.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang senantiasa menuntun sepanjang waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “PENGARUH HARGA, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SIRUP DEWI BERASTAGI”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung berupa moral maupun material. Penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Maidin Gultom, SH., M.Hum**, selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
2. Bapak **Dr. Kornel Munthe, SE., M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
3. Ibu **Dr. Miska Irani Tarigan, S.Sos., MM**, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
4. Ibu **Esli Silalahi, SE., M.Si** selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.

5. Bapak **Dr. Donalson Silalahi**, selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah meluangkan waktu, dukungan dan bimbingan selama penulisan skripsi ini.
6. Bapak **Dr. Pandapotan Sitompul, M.M.** selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan saran, masukan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak **Drs. Robinson Sipahutar**, selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan saran, masukan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak **Drs. Robinson Sipahutar**, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan dukungan dari awal hingga akhir perkuliahan.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan yang telah memberikan pengetahuan dan pendidikan kepada penulis.
10. Pihak CV. Sirup Dewi Berastagi yang telah memberikan izin dan membantu melakukan pengambilan data yang berhubungan dengan skripsi ini.
11. Teristimewa kepada orang tua penulis, Bapak Beren Beluh Sembiring dan Ibu Renniwati Br Ginting yang selalu memberikan dukungan, nasihat, semangat, doa dan kasih sayang yang tulus kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Teristimewa kepada saudara kandung penulis Andy Zointa Sembiring dan Rizky Evanda Sembiring yang selalu memberikan semangat, kasih sayang dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Untuk Bulang N Ginting dan Iting P Br ginting yang selalu memberikan semangat serta doa yang luar biasa.

14. Terima kasih kepada sahabat penulis Anastasya Bernike Ginting,S.Si, Valentina Ginting, S.E dan Citra Divalentin Ginting yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan semangat kepada penulis.
15. Terima kasih kepada Iyusman Pratenta Sinuraya yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis juga kepada Shintya Febrianta Ginting dan Anjelina Ginting sebagai sahabat dan teman serumah penulis yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan doa kepada penulis.
16. Terima kasih kepada semua sahabat-sahabat yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih sudah selalu menemani, memberikan doa, semangat dan motivasi hingga penyelesaian skripsi ini.
17. Trakhir terima kasih buat diri saya sendiri Cindy Vebriola Br Sembiring, terima kasih sudah menjadi pribadi yang kuat dan bertahan atas segala perjuangan dari awal hingga akhir perkuliahan serta mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Untuk itu penulis dengan senang hati menerima segala kritik dan saran dari seluruh pihak guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, terutama bagi penulis. Tuhan Yesus Memberkati.

Medan, 12 Mei 2025

Penulis

CINDY VEBRIOLA BR SEMBIRING

210110118

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Permasalahan	10
1.3. Perumusan Masalah	11
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	11
1.4.2. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Pengertian Pemasaran	13
2.2. Tujuan dan Fungsi Pemasaran	14
2.2.1. Tujuan Pemasaran.....	14
2.2.2. Fungsi Pemasaran.....	16
2.3. Konsep Pemasaran	16
2.4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	17
2.4.1. Pengertian Bauran Pemasaran	17
2.4.2. Konsep 7p <i>Marketing Mix</i>	20
2.5. Harga.....	25
2.5.1. Pengertian Harga	25
2.5.2. Penetapan Harga	26
2.5.3. Tujuan Penetapan Harga.....	27
2.5.4. Metode Penetapan Harga.....	29
2.5.5. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Harga	31
2.5.6. Indikator Harga.....	33
2.6. Lokasi.....	35
2.6.1. Pengertian Lokasi	35
2.6.2. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi.....	36
2.6.3. Indikator Lokasi.....	37

2.7.	Promosi	39
2.7.1.	Pengertian Promosi.....	39
2.7.2.	Langkah-Langkah Mengembangkan Promosi Efektif.....	40
2.7.3.	Fungsi dan Tujuan Promosi.....	43
2.7.4.	Indikator Promosi	44
2.8.	Keputusan Pembelian.....	46
2.8.1.	Pengertian Keputusan Pembelian	46
2.8.2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	48
2.8.3.	Proses Keputusan Pembelian.....	53
2.8.4.	Indikator Keputusan Pembelian.....	55
2.9.	Kerangka Berfikir.....	57
2.10.	Hipotesis.....	63
BAB III METODE PENELITIAN.....		65
3.1.	Ruang Lingkup Penelitian.....	65
3.2.	Populasi dan Sampel	65
3.2.1.	Populasi	65
3.2.2.	Sampel	65
3.3.	Oprasionalisasi Variabel	67
3.4.	Skala Pengukuran Variabel.....	68
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.5.1.	Data primer	69
3.5.2.	Data Sekunder.....	70
3.6.	Teknik Analisis Data.....	71
3.6.1.	Uji validitas.....	72
3.6.2.	Uji Reabilitas	72
3.6.3.	Uji Asumsi Klasik	73
3.6.4.	Analisis Regresi Linear Berganda	77
3.7.	Uji Hipotesis	78
3.7.1.	Uji Signifikan Parsial (Uji-t)	78
3.7.2.	Uji Signifikan Simultan (Uji-F).....	79
3.8.	Koefisien Determinan (R^2).....	81
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		82
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	82
4.1.1.	Sejarah Singkat Sirup Dewi Berastagi.....	82
4.1.2.	Visi CV Sirup Dewi.....	84

4.1.3. Misi CV Sirup Dewi	84
4.2. Karakteristik Responden	84
4.3. Tanggapan Responden	86
4.3.1. Tanggapan Responden Tentang Harga	86
4.3.2. Tanggapan Responden Tentang Lokasi	90
4.3.3. Tanggapan Responden Tentang Promosi	93
4.3.4. Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian.....	97
4.4. Hasil Penelitian	100
4.4.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	100
4.4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan.....	107
4.5. Uji Asumsi Klasik	109
4.5.1. Uji Normalitas	109
4.5.2. Uji Multikolinieritas	112
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas	113
4.5.4. Uji Autokorelasi	114
4.6. Analisis Regresi Linear Berganda.....	115
4.7. Uji Hipotesis	116
4.7.1. Pengujian Secara Parsial (Uji-t)	116
4.7.2. Pengujian Secara Simultan (Uji F)	118
4.8. Pengujian Determinasi (R^2).....	118
4.9. Pembahasan.....	119
4.9.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sirup Dewi Berastagi.....	119
4.9.2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sirup Dewi Berastagi.....	121
4.9.3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sirup Dewi Berastagi	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	125
5.1. Kesimpulan	125
5.2. Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	128

DAFTAR TABEL

Tabel	Nama Tabel	Halaman
1.1	Data Penjualan Sirup Dewi Berastagi Tahun 2022-2023	2
1.2	Harga Jual Sirup Dewi Berastagi	6
1.3	Harga Jual Sirup Merek Dewi dan Sirup Merek Pohon Pinang	6
3.1	Definisi Oprasioanalisis Variable	67
3.2	Instrument Skala Likert	69
3.3	Nilai Koefisien Determinasi	81
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	84
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	85
4.4	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Tentang Harga	86
4.5	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Tentang Lokasi	90
4.6	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Tentang Promosi	93
4.7	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian	97
4.8	Case Processing Summary Harga	101
4.9	Reliability Statistics Harga	101
4.10	Item-Total Statistic Harga	102
4.11	Case Processing Summary Lokasi	102
4.12	Reliability Statistics Lokasi	103
4.13	Item-Total Statistic Lokasi	103
4.14	Case Processing Summary Promosi	104
4.15	Reliability Statistics Promosi	104
4.16	Item-Total Statistic Promosi	105
4.17	Case Processing Summary Keputusan Pembelian	105
4.18	Reliability Statistics Keputusan Pembelian	106
4.19	Item-Total Statistic Keputusan Pembelian	106
4.20	Case Processing Summary Secara Simultan	107
4.21	Reliability Statistics Secara Simultan	107
4.22	Item-Total Statistic Secara Simultan	108
4.23	Uji Normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov Test	111
4.24	Uji Multikolinieritas	112
4.25	Hasil Uji Autokorelasi	114
4.26	Hasil Analisis Linear Berganda	115
4.27	Hasil Uji T	117
4.28	Hasil Uji F	118
4.29	Hasil Koefisien Determinasi	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Nama Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Berfikir	64
4.1	Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)	109
4.2	Hasil Uji Normalitas (Grafik P-Plot)	109
4.3	Uji Heterokedastisitas	113



DAFTAR LAMPIRAN

No	Nama Lampiran
1	Kuesioner
2	Hasil Kuesioner
3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga
4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Lokasi
5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi
6	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian
7	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan
8	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
9	Uji Asumsi Klasik
10	Hasil Uji Hipotesis
11	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
12	Lembar Pengajuan Judul
13	Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang Pengangkatan Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji Skripsi
14	Surat Permohonan Riset
15	Undangan Seminar Proposal Skripsi
16	Berita Acara dan Daftar Hadir Seminar Proposal Skripsi
17	Lembar Revisi Seminar Proposal Skripsi
18	Lembar ACC Pengandaan Skripsi
19	Surat Keterangan Bebas Perpustakaan
20	Surat Undangan Meja Hijau
21	Kartu Bimbingan Skripsi
22	Buku yang Digunakan

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, David A, (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York : The Free Press. Penerjemah Aris Ananda (1997).
- Alma,B. (2011). *Manajemen Produksi* (edisi 3). Bandung : Alfabeta.
- Elliyana,Ela.et.al. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran*. Malang. AHLIMEDIA PRESS.
- Fakhrudin, A et.al (2022). *Bauran Pemasaran*. Sleman. Deepublish Publisher
- Marissa. et.al (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang. Pascal Books
- Firmansyah,Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*.Sleman. Deepublish
- Ghozali, Imam (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang : Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Heizer, Jay dan Render Barry. (2015), *Manajemen Operasi : Manajemen. Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi12). Jakarta: Erlangga.
- _____, P., & Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (Edisi 13). Jakarta : Erlangga .
- Lesmana,Nandang.et.al. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Depok. Strategy Cita Semesta
- Ningsih,Ekawati. (2021). *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*. Yogyakarta. Idea Press Yogyakarta
- Nugraha,Jefri. Et.al. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Bojong. PT. Nasya Expanding Management
- Petty, Richard and Cacioppo, john. (1980). *Elaboration Likelihood Model, Media Effect: Advances in Theory and Research*, Second Edition, Mahwah, New Kersey: Lawrence Erlbaum Associates. Penerjemah : Subyantoro (2020)

- Prastyorini, Juli. (2024). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Surabaya. Scopindo Media Pustaka
- Priadana, M. S., dan Sunarsi, D. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung. CV Media Sains Indonesia.
- Rangkuti, Freddy. (2010). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication Jakarta*. Gramedia Pustaka Utama.
- Reken, Feky, et al. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. Padang. CV Gita Lentera
- Sarwoto dan Rakhmawati Purba. (2023). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Lanjutan*. Padang Sidempuan. PT Inovasi Pratama Internasional
- Schiffman, L.G., dan Kanuk. (2019). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7). Alih Bahasa: zoelkifli. Jakarta : Indeks.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: penerbit Alfabeta
- Sundari, Eva, dan Iman Hanafi (2023). *Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru. UIN Press.
- Swastha dan Irawan. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta. Liberty
- Syarifuddin, et al. (2022). *Sejarah Pemasaran Dan Strategi Bauran Pemasaran*. Yogyakarta. Cv. Istana Agency
- Tambunan, T. (2003) . *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi Offset
- Umar, H. (2002). *Metode Penelitian Bisnis Dan Sosial*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Wulandari, A. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. Depok. PT Kimshafi Alung Cipta

Jurnal

- Abdullah, M. H. (2024). Analisa Strategi Bauran Pemasaran Jasa dan Citra dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi pada KBIH Miftahul Ulum Lumajang). *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 5(1), 82-101.
- Arsi, I. D., Setianingsih, R., & Fikri, K. (2023). Pengaruh Brand Image, Trust Dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Traveloka. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis & Akuntansi* (Vol. 3, pp. 736-751).
- Ashary, L., Ali, A. H., & Muslim, A. A. (2023). Analisis Harga Pokok Produksi Untuk Penentuan Harga Jual Es Balok di Pabrik Es Ma'un Baarid Sukorejo Situbondo. *Mazinda: Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Bisnis*, 1(1), 72-82.
- Azni, S., & Suyuthie, H. (2024). Pengaruh Promosi Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Apar Mangrove Park Kota Pariaman. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 3(1), 31-38.
- Benjamin .C.F., Yeoh Sok .F., Lim Chae .L., dan Syuhaily Osman. (2010). An Exploratory Study on Turnover Intention Among Privete Sector Employees. *International Journal of Business and Management*. Vol 5, No. 8, pp 57-64.
- Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. (2015). Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 5(1), 149-162.
- Fathurrahman, M., & Anggesti, R. (2021). Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik (Studi Kasus pada Produk Safi). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 9(1), 1-10.
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47-58.
- Hanifah, H., Salsabillah, L., Fitri, A. T., Febriani, R. M., & Hidayatullah, R. (2025). Landasan Teori, Penelitian Relevan, Kerangka Berpikir Dan Hipotesis Penelitian Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2), 391-404.
- Hardiansyah F, Nuhung, M ., dan Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Singapore Di Kota Makasar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*.3(1):90-107.

- Herawati, Heny dan Muslikah. (2019). Pengaruh Promosi dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sari Ayu Putih Langsung (Studi Kasus Pada Factory Outlet PT. Martina Berto Tbk.). *Kinerja*. 2. 17-35.
- Hidayan, N., Zainuddin, F., & Nafilah, N. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 4(1), 53-73.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solobangsar Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127-143.
- Husen, A., Wijaya, B., & Putri, C. (2018). Pengaruh Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Minimarket di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 45-58.
- Ismiatun, D., Budiatmo, A., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Aplikasi Bisnis*, 5(1), 35-48.
- Karmila, M. S., Lestari, S. P., & Risana, D. (2023). Pengaruh promosi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian (Survei pada konsumen Prianka. Gallery Tasikmalaya). *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(3), 254-267.
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 73-82.
- Liswandany, F., Supriyono, & Fitriah, Z. (2022). Pengaruh Lokasi dan Word of Mouth Terhadap Pembelian pada Dolan Kopi Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 10 (No. 2), 125-138.
- Maksum, M., & Satrio, R. B. (2018). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Wingstop. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(12).
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen YOU pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal economina*, 2(2), 476-490.
- Nasution, Asrizal Efendy, Linzzy Pratami Putri, dan Muhammad Taufik Lesmana. (2019). "Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan", dalam *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, Vol. 1, No. 1 (194-199). Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43-53.
- Nuraeni. (2018). Pengaruh Promosi, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi pada CV. BALINDO REALTY). *Jurnal ekonomi dan bisnis*.
- Pio, J., Mamuaya, N. C., & Angmalisang, S. (2022). Pengaruh lokasi, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen kedai kopi janji jiwa jilid 667 tomohon. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2019-2030.
- Rachmawati, A., & Widana, G. O. (2019). Pengaruh consumer knowledge, brand image, religiusitas, dan lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah. *LiQuidity: Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 8(2), 111-123.
- Rahayu, B., Utiahman, N., Pradiptha, A. P., & Butarbutar, D. J. A. (2025). Investigasi Dampak Harga dan Variety Seeking pada Keputusan Pembelian Online. *Jurnal EMT KITA*, 9(2), 634-639.
- Rahmah, N., & Subqi, T. (2024). Keputusan pembelian konsumen: Dampak harga, lokasi, kualitas produk, dan citra merek. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 3(1), 67-87.
- Ramadhany, F. D., & Agustin, S. (2024). PENGARUH PROMOSI, HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MITSUBISHI XPANDER. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 13(7).
- Saleem, M. A., Shahid, M., & Sial, M. H. (2019). Dampak Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Peran Mediasi Niat Beli. *Jurnal Bisnis dan Pariwisata*, Vol. 5(No. 1), 21-34.
- Saleem, M., Shahid, A., & Sial, MS (2019). Dampak Teknik Promosi Penjualan Terhadap Konsumen Perilaku Membeli: Studi Sektor FMCG. *Jurnal Internasional Pemasaran dan Manajemen Sumber Daya Manusia*, 10(2), 57-68.
- Santoso. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Permen Tolak Angin di Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(1), 1-10.

- Setyaningsih, F. (2021). Analisis strategi bauran pemasaran terhadap peningkatan pelanggan pada lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1).
- Sutrasmawati, (2016). Pengaruh faktor psikologis terhadap Keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajrmen Bisnis*. 7(2), 275-290.
- Suwoto, A. N., Lestari, V. A. N., Mahadita, D., Amalia, I. Z., Kusna, M. D. L., & Hidayati, A. N. (2024). TEORI HARGA DALAM ISLAM. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, 8(12).
- Tambunan Monang Ranto dan Inggrita Gusti Sari Nasution. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Bca Kota Medan (Studi Kasus Etnis Cina), *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*
- Yuana, D., & Wahyuati, A. (2018). Pengaruh Harga, Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(12).
- Yustitia, E., & Adriansah, A. (2022). Pendampingan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Harga Jual pada UMKM di Desa Sawahkulon. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1-9.
- Zuliarni, S., & Hidayat, R. T. (2013). Analisis faktor pertimbangan pebisnis restoran kelas kecil di lingkungan kampus universitas riau dalam pemilihan lokasi usaha. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(2), 100-119.