

Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.



UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

JIMMBA

Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi

Homepage: <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>

PENGARUH LOKASI, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ROTI KENDULS GOMBONG KEBUMEN

Sutikno

185503552

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

KEBUMEN

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of location, promotion, and service quality on purchasing decisions at the Kenduls Gombang Bakery Kebumen. The sample data taken in this study were consumers of the Kenduls Gombang Kebumen Bakery, which amounted to 100 people. The results of the second hypothesis that the promotion partially has a positive and significant influence on purchasing decisions. The result of proving the third hypothesis that service quality partially has a significant positive effect on purchasing decisions. The results of the fourth hypothesis that location, promotion, and service quality simultaneously have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Location, Promotion, Service Quality and Purchase Decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen. Data sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu konsumen Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen yang berjumlah 100 orang. Hasil pembuktian hipotesis pertama bahwa lokasi secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis ke dua bahwa promosi secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pembuktian hipotesis ketiga bahwa kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis keempat lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Lokasi, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

Latar Belakang Masalah

Saat ini makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi masyarakat khususnya di daerah perkotaan. Usaha kuliner Kenduls merupakan bisnis kuliner yang menyajikan berbagai macam kue dengan kualitas rasa yang khas dan tidak perlu diragukan lagi. Usaha kuliner kue Kenduls milik Bu Kenti memiliki lokasi yang terletak di pinggir jalan utama yaitu berlokasi di Jalan Propinsi lebih tepatnya di jalan utama gombang. Fenomena yang terjadi pada usaha roti Kenduls milik Bu Kenti pada masa Pandemi Covid yaitu mengalami fluktuasi omset penjualan, fenomena ini menarik untuk diteliti lebih dalam faktor apa saja yang mempengaruhi fenomena keputusan pembelian terhadap roti Kenduls.

Berdasarkan hasil observasi menunjukan Toko Roti Kenduls milik Kenti mengalami fluktuasi yang tidak menentu. Tahun 2018 Toko Roti Kenduls memperoleh omset penjualan Rp. 350.000.000. Tahun 2019 mengalami kenaikan omset penjualan sebesar Rp. 15.000.000. Tahun 2020 mengalami penurunan mencapai 65.000.000. Fenomena tersebut dapat diduga ada beberapa hal yang menyebabkan keputusan pembelian roti Kenduls mengalami penurunan omset. Berdasarkan hasil observasi peneliti, faktor yang mempengaruhi penurunan volume penjualan yaitu masa Pandemi Covid yang tidak bisa dipungkiri sangat merugikan banyak pengusaha kuliner. Sistem peraturan pemerintah yang sempat menerapkan

pembatasan wilayah, PPKM sangat mempengaruhi daya beli keputusan pembelian. Fenomena ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam faktor yang mempengaruhi penurunan omset pendapatan di masa Pandemi Covid

Selain masa Pandemi Covid ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi tingkat keputusan pembelian roti Kenduls, yaitu salah satunya lokasi. Lokasi roti Kendul berada di pinggir jalan besar utama, berada dijalur cepat sehingga sulit untuk diketahui lokasi toko Roti Kenduls. Fenomena lokasi roti Kenduls perlu diteliti agar mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang strategis, nyaman, mudah dikunjungi konsumen merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam usaha untuk meningkatkan keputusan pembelian

Faktor yang tidak kalah penting yaitu bagaimana cara promosi roti Kenduls. Berdasarkan observasi kepada pemilik Toko roti Kenduls, promosi yang diterapkan Bu Kenti sebagai pemilik roti Kenduls yaitu melalui sosial media, instagram dan mengajak beberapa untuk menjadi reseller toko roti Kenduls

Selain lokasi dan promosi, faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas pelayanan. Toko Roti Kenduls memiliki 3 karyawan dan di hari-hari tertentu seperti menjelang puasa, hari lebaran, dan tahun baru Toko Roti Kenduls selalu menambah jumlah karyawan untuk meningkatkan mutu pelayanan kepada konsumen agar

Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

pelayanan pada Toko Roti kenduls mampu melayani dengan baik, cepat, sopan dan ramah untuk meningkatkan mutu pelayanan kepada konsumen. Berdasarkan survey secara langsung fenomena kualitas pelayanan yang di terapkan Toko Roti Kenduls merupakan strategi untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Selain pelayanan yang baik, respon cepat, Toko Roti Kenduls juga bersedia menyediakan saran dan masukan kepada setiap konsumennya

Berdasarkan fenomena pada uraian latar belakang masalah yang terjadi pada Toko Roti Kenduls Kebumen, peneliti melakukan survey mini riset untuk mempertajam data fenomena yang terjadi faktor yang mempengaruhi tingkat keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen dengan sampel 30 responden.

Berdasarkan hasil mini riset faktor yang mempengaruhi tingkat keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Kebumen. Berdasarkan hasil mini riset dari jumlah 30 responden, konsumen memutuskan melakukan pembelian pada Toko Roti Kenduls karena lokasi sebanyak 30%, konsumen yang memutuskan melakukan pembelian pada Toko Roti Kenduls karena keragaman produk 17%, konsumen yang memutuskan melakukan pembelian pada Toko Roti Kenduls karena kualitas pelayanan sebanyak 53%

Berdasarkan uraian fenomena latar belakang masalah tersebut, dan didukung dengan penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul: **Pengaruh Lokasi,**

Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

Kajian Teori

Keputusan Pembelian

Menurut Tjiptono (2012: 193), keputusan pembelian sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian suatu produk.

Menurut Tjiptono (2012: 184), indikator keputusan pembelian yaitu:

- a. Rutinitas konsumen dalam melakukan pembelian.
- b. Kualitas yang diperoleh dari suatu keputusan pembelian.
- c. Komitmen konsumen untuk tidak mengganti keputusan yang sudah biasa dibeli dengan produk pesaing

Lokasi

Menurut Tjiptono (2015: 345), lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono (2015: 92), indikator *lokasi* yaitu:

- a. Akses
- b. Visibilitas
- c. Lalulintas
- d. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman
- e. Ekspansi
- f. Lingkungan
- g. Kompetisi yaitu lokasi pesaing,
- h. Peraturan pemerintah

Promosi

Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

Menurut Tjiptono (2015: 387), promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Menurut Kotler dan Amstrong (2014), menjelaskan bahwa kegiatan promosi adalah aktifitas yang berfungsi untuk meyakinkan pelanggan dengan memperlihatkan produk atau jasa tersebut sehingga dapat membujuk pelanggan untuk membelinya.

Menurut Kotler dan Keller (2016: 272), indikator-indikator promosi antara lain:

- a. Pesan promosi
- b. Media promosi
- c. Waktu promosi

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2016: 156), kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat

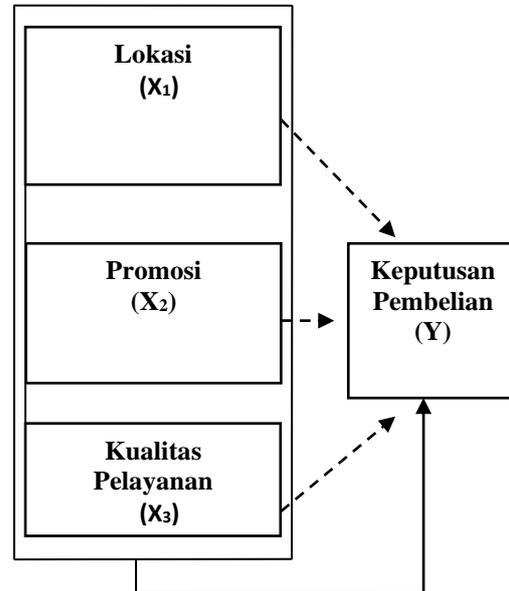
Fandy Tjiptono (2016: 284), terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan sebagai berikut:

- a. Reliabilitas (*reliability*).
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*).
- c. Jaminan (*Assurance*).
- d. Empati (*Empathy*).
- e. Bukti Fisik (*Tangible*)

Model Empiris

Dari pemaparan diatas dapat dilihat kerangka konseptual sebagai berikut :

Gambar II-1
Model Empiris



Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis pada penelitian ini :

- H1 : Diduga lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.
- H2 : Diduga promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.
- H3 : Diduga kualitas peayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.
- H4 : Diduga lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan

Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2010: 61). Dalam penelitian ini, yang akan menjadi populasinya konsumen pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin akan mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2005: 91). Metode yang digunakan *Nonprobability sampling* yaitu teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen yang berjumlah 100 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dimaksud untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan dan akurat melalui :

- a. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.
- b. Kuesioner yaitu dengan membuat sejumlah daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan diajukan kepada responden. Jawaban setiap item instrument menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, Sugiyono (2008: 143).
 1. Sangat Setuju skor = 4
 2. Setuju skor = 3
 3. Tidak Setuju skor = 2
 4. Sangat Tidak Setuju skor = 1
- c. Studi Pustaka, yaitu dengan mengambil teori-teori yang ada pada literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Dalam perhitungan pengolahan data regresi linier berganda analisis jalur peneliti mempergunakan alat bantu yang berupa program aplikasi komputer yaitu *SPSS for windows* versi 25

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis

1. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan analisis untuk variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, karena nilai t_{hitung} sebesar 2,344 > t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,021 dibawah batas

Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

penerimaan 0,050 maka Hipotesis 1 dapat diterima. Hal ini berarti semakin baik lokasi Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen maka semakin baik juga keputusan pembelian konsumen, artinya bahwa peran lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan analisis untuk variabel promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, karena nilai t_{hitung} sebesar 2,376 > t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,000 dibawah batas penerimaan 0,050 maka Hipotesis 2 dapat diterima. Hal ini berarti semakin baik promosi yang dilakukan Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen maka semakin baik juga keputusan pembelian konsumen, artinya bahwa peran promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan analisis untuk variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, karena nilai t_{hitung} sebesar 2,775 > t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,007 dibawah batas penerimaan 0,050 maka Hipotesis 3 dapat diterima. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan Toko Roti Kenduls

Gombang Kebumen maka semakin baik juga keputusan pembelian konsumen, artinya bahwa peran kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

4. Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan analisis diperoleh F_{hitung} sebesar 9,282 dengan tingkat signifikansi 0.000, karena probabilitas 0.000 jauh lebih kecil dari 0,050. Berdasarkan hasil tersebut bisa dikatakan bahwa variabel lokasi (X_1), promosi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen (Y) secara simultan, maka dapat disimpulkan hipotesis 4 dapat diterima

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (lokasi (X_1), promosi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3)) terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y_1) pada Toko Roti Kenduks Gombang Kebumen. Pembahasan yang lebih lanjut dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan analisis untuk variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai karena nilai t_{hitung} sebesar 2,344 > t_{tabel}

Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,021 dibawah batas penerimaan 0,050. Besarnya pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian sebesar 0,211 atau 21,1%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik lokasi Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen mampu mempengaruhi tingkat keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen. Bagi pihak pemilik Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen diharap untuk memperhatikan pemilihan lokasi Toko Roti yang baik seperti lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum, lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal, Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lukman Hakim (2019), hasil penelitian yang dilakukan oleh Lukman Hakim (2019),, menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif lokasi dengan keputusan pembelian konsumen. Artinya lokasi mempunyai hubungan yang positif untuk meningkatkan tingkat keputusan pembelian konsumen.

2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan analisis untuk variabel promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai t_{hitung} sebesar 2,376 > t_{tabel}

sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,020 dibawah batas penerimaan 0,050. Besarnya pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 0,231 atau 23,1%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik promosi yang dilakukan Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen mampu mempengaruhi tingkat keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen. Bagi pihak pemilik Toko Roti Kenduls Kebumen diharap untuk memperhatikan strategi promosi yang efektif seperti isi pesan promosi dilakukan dan disampaikan kepada konsumen, media yang dilakukan untuk melakukan promosi,

Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hasbiyadi (2017), hasil penelitian yang dilakukan oleh Hasbiyadi (2017), menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif promosi untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Artinya promosi mempunyai hubungan yang positif untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan analisis untuk variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai t_{hitung} sebesar 2,775 > t_{tabel} sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,007

Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

dibawah batas penerimaan 0,050. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,270 atau 27,0%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan karyawan pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen mampu mempengaruhi tingkat keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen. Bagi pihak pemilik Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen diharap untuk memperhatikan kualitas pelayanan seperti kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka secara cepat, karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dinda Dwi Marsella (2020), hasil penelitian yang dilakukan oleh Dinda Dwi Marsella (2020), menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian konsumen. Artinya kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang positif untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

4. Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian secara simultan (bersama-sama).

Berdasarkan analisis diperoleh F_{hitung} sebesar 9,282 dengan

tingkat signifikansi 0.000, karena probabilitas 0.000 jauh lebih kecil dari 0,050. Berdasarkan hasil tersebut bisa dikatakan bahwa variabel lokasi (X_1), promosi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen (Y) secara simultan. Artinya ketiga variabel tersebut mempunyai kontribusi yang positif untuk meningkatkan keputusan pembelian Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen. Artinya peran lokasi dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa lokasi Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen yang strategis akan berdampak pada keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen, begitu juga sebaliknya lokasi

Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

yang kurang strategis akan berakibat pada penurunan tingkat keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

2. Promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen. Artinya peran promosi pada penelitian ini mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa penerapan promosi yang baik akan berdampak pada keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen, begitu juga sebaliknya penerapan promosi yang kurang baik akan berakibat pada penurunan tingkat keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen
3. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen. Artinya peran kualitas pelayanan dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen, begitu juga sebaliknya

kualitas pelayanan yang kurang baik akan berakibat pada penurunan tingkat keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

4. Lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen. Artinya peran ketiga variabel tersebut dalam penelitian ini sangat penting untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen

Saran

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya maka ada beberapa implikasi praktis sesuai dengan prioritas yang dapat diberikan sebagai masukan bagi pemilik Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pihak pemilik Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen diharap untuk memperhatikan lokasi yang baik untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen. Pemilihan lokasi yang seharusnya diterapkan Ibu Kenti sebagai pemilik Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen yaitu untuk menentukan letak lokasi usaha Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen harus mempertimbangkan seperti akses lokasi Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen yang dilalui

Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

mudah dijangkau sarana transportasi umum, lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal, memiliki tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman. Saran bagi Bu Kenti sebagai pemilik Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen dalam menentukan lokasi usaha Toko Roti harus memilih lokasi yang mendukung dengan usahanya seperti akses menuju toko roti mudah, memilih lokasi usaha yang memiliki area parkir luas dan nyaman.

2. Bagi pihak pemilik Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen diharap untuk memperhatikan promosi yang baik untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen. Promosi yang seharusnya diterapkan Ibu Kenti sebagai pemilik Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen untuk melakukan strategi promosi yang baik, efektif seperti isi pesan promosi dilakukan dan disampaikan kepada konsumen, media yang dilakukan untuk melakukan promosi, promosi yang dilakukan dan disampaikan Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen baik dan menarik, promosi yang digunakan Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen melalui facebook sehingga mudah diakses melalui online, Promosi yang digunakan Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen melalui instagram sehingga mudah diakses melalui online. Saran bagi Bu Kenti

sebagai pemilik Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen dalam melakukan promosi tidak hanya dengan media online saja, mengadakan promo seperti beli 3 gratis 1, atau melakukan promosi dengan sistem voucher 10 gratis 1 sehingga konsumen tertarik dengan promo-promo yang ada pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

3. Bagi pihak pemilik Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen diharap untuk memperhatikan kualitas pelayanan yang baik untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen. Pelayanan yang seharusnya diterapkan Ibu Kenti sebagai pemilik Roti Kenduls Gombang Kebumen untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen seperti pelayanan pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen mampu memberikan pelayanan sesuai harapan pelanggannya, pelayanan pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen mampu menjelaskan dengan baik dan memberikan informasi dengan baik, pelayanan pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen cepat menghadapi komplain konsumennya, pelayanan pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen mampu memberikan pelayanan dengan baik dan mampu memahami keinginan pelanggannya. Saran bagi Bu Kenti sebagai pemilik Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen

Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

dalam meningkatkan kualitas pelayanan yaitu melakukan evaluasi dengan menyediakan kotak saran atau masukan sebagai keluhan-keluhan konsumen mengenai kualitas pelayanan seperti kecepatan dalam melayani konsumen, keramahan dalam melayani konsumen

Daftar Pustaka

- Agus Supandi. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Citra terhadap Keputusan Pembelian.
- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buchari Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Dinda Dwi Marsella 2020. Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi
- Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta. And
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta
- Ghozali, Imam, 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. & Latan, H. 2015. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasbiyadi. 2017. Pengaruh Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.
- Heizer, Jay, dan Barry Render. 2012. *Operations Management*. 10th Edition. Pearson, Practice Hall.
- Heizer, Jay and Render Barry, 2015. *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of*

- Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.
- Marketing*, 15th Edition, Pearson Education Limited.
- Pembelian pada Toko Roti *Boy's Cake and Bakery*.
- Kotler, Philip dan Amstron, Gary. 2014. *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Schiffman & Wisenblit, J. 2014. *Consumer Behaviour*. London: Pearson.
- Kotler, Philip dan Lane Keller. 2016. *A Framework of Marketing Management*, Sixth Edition, Pearson Education Limited, England.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis* (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta. Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfa Beta.
- Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, & Jacky Mussry. 2012. *Pemasaran Jasa*. edisi 7. Erlangga: Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, ed. 3. Jakarta, Salemba Empat.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan Ke25, Alfabeta, Bandung.
- Lukman Hakim. 2019. Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Modern Bakery Cukir Jombang.
- Munawaroh. M. 2013. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. LP3M UMY. Edisi 3, Salemba Empat, Jakarta.
- Nur Arifah. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan