

J24023118061

by Fekon Uniga

Submission date: 17-Feb-2023 01:49AM (UTC-0500)

Submission ID: 2016370760

File name: Jurnal_Sania_Hera_Swarastika.docx (272.98K)

Word count: 2281

Character count: 15010

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RAMEN GORILLA CABANG WANARAJA

Sania Hera Swarastika¹; Andri Muhamad Nuro²; Husni Muharam³

Fakultas Ekonomi

¹Universitas Garut

24023118061@fekon.uniga.ac.id

²Universitas Garut

andrinuro@uniga.ac.id

³Universitas Garut

unimuharam@uniga.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan agar mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Ramen Gorilla Cabang Wanaraja. Metode yang dipakai dalam penelitian ialah metode deskriptif dan asosiatif dengan kuantitatif sebagai pendekatannya. Responden pada penelitian adalah konsumen Ramen Gorilla Cabang Wanaraja yaitu sebanyak 96 orang responden yang diukur menggunakan metode *non probability sampling* teknik penentuan memakai *unknown population sampling*. Teknik analisis memakai uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis dengan menggunakan *software SPSS IBM* versi 23. Hasil dari penelitian yang didapat kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Lokasi, Keputusan Pembelian

Abstract

The purpose of this study is to find out how the influence of product quality and location on purchasing decisions at Ramen Gorilla Wanaraja Branch. The method used in this research is a descriptive and associative method with quantitative as its approach. Respondents in the study were consumers of Ramen Gorilla Wanaraja Branch, namely as many as 96 respondents who were measured using the non-probability sampling method, the determination technique used unknown population sampling. The analysis technique uses validity and reliability tests, multiple linear regression analysis and hypothesis testing using IBM SPSS Software version 23. The results of the study show that product quality has a significant effect on purchasing decisions and location has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Location, Purchase Decision

1 Pendahuluan

Pada era industri saat ini jumlah pelaku usaha berkembang pesat menciptakan persaingan yang ketat di pasar. Hal ini memaksa setiap usaha bisnis untuk lebih mempertimbangkan langkahnya dengan lebih cermat dan kritis agar dapat bersaing dengan usaha bisnis lain. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, setiap perusahaan saling bersaing satu sama lain dimulai dengan pemilihan bahan baku dan dilanjutkan dengan pengolahan yang terbaik terhadap bahan tersebut untuk menghasilkan produk dengan kualitas terbaik. Selain itu, setiap usaha bisnis selalu berupaya berinovasi terkait produknya untuk menarik minat konsumen sehingga meningkatkan penjualan produk untuk menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi perusahaan.

Jika sebuah perusahaan ingin berhasil dalam dunia bisnis yang kompetitif, ia harus mampu merancang dan memproduksi produknya dengan cara yang dapat menyenangkan konsumen. Dalam pendekatan ini, konsumen akan memiliki sejumlah pilihan produk sebelum memutuskan untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Perilaku konsumen sangat penting untuk memahami bagaimana konsumen benar-benar memutuskan apa yang akan dibeli. Konsumen melalui beberapa tahapan selama proses pengambilan keputusan, seperti memahami masalah, mencari informasi, menimbang pilihan mereka, memilih untuk dibeli, dan sikap setelah pembelian (Kotler & Keller, 2016).

Keputusan pembelian merupakan cara konsumen dalam menetapkan berbagai pilihan, seperti keputusan apa yang hendak dibeli, apakah mereka hendak beli tidak, kapan mereka membelinya, dimana mereka membelinya, serta bagaimana cara pembayarannya (Sumarwan et al., 2011).

Kualitas produk ialah satu dari banyak faktor yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen berminat terhadap barang/jasa akan meningkat jika produk tersebut berkualitas tinggi, sehingga membantu usaha bisnis untuk mengungguli pesaingnya. Ini selaras dengan kajian yang dijalankan oleh Maharani (2020) dan Suhendri (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain kualitas produk, lokasi merupakan salah satu komponen strategi bisnis untuk dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Menurut Adi Pramita (2019), apabila perusahaan ingin pendapatannya meningkat maka lokasi usaha yang ditetapkan harus strategis supaya konsumen dapat dipermudah dalam akses dan melakukan pembelian. Dengan demikian, kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian akan meningkat karena semakin baik tersebut, demikian juga lokasi yang buruk akan menghasilkan lebih sedikit pembelian yang konsumen lakukan (Leroy et al., 2012). Ini selaras dengan kajian yang dijalankan oleh Arianto dan Satrio (2020) dan Pratiwi et al. (2017) yang menunjukkan bahwa lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ramen Gorilla cabang Wanaraja merupakan salah satu divisi bisnis dari PT. Gorilla Perkasa yang memperluas bisnisnya di kanca kuliner yang ada di Garut. Ramen Gorilla Cabang Wanaraja didirikan pada tahun 2017 di Jln Raya Wanaraja, Kp. Jatisari RT/RW 02/10, Des. Tegal Panjang, Kec. Sucinaraja, Kab. Garut. Banyaknya produsen yang bersaing untuk memenuhi permintaan konsumen merupakan bukti dari persaingan yang semakin ketat yang disebabkan oleh banyaknya perusahaan sejenis. Berdasarkan hasil

wawancara pada pihak Ramen Gorilla cabang Wanaraja, didapat informasi tentang penjualan ramen selama periode dua tahun:

Tabel 1: Data Penjualan Ramen Tahun 2020-2021

Bulan	Target Penjualan (Porsi)	Realisasi Penjualan (Porsi)	
		Tahun 2020	Tahun 2021
Januari	1400	1059	1045
Februari	1400	1053	1030
Maret	1400	1021	1051
April	1400	918	1031
Mei	1400	1028	1021
Juni	1400	1039	1010
Juli	1400	1022	198
Agustus	1400	955	264
September	1400	985	595
Oktober	1400	1021	631
November	1400	1053	998
Desember	1400	1024	1010

Sumber: Ramen Gorilla Cabang Wanaraja

Dari tabel 1 terlihat pada data penjualan ramen Gorilla Cabang Wanaraja tahun 2020-2021 tidak menentu, dikarenakan adanya pandemi Covid 19, yang mana pemerintah menerapkan beberapa aturan salah satunya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) dimana aktivitas masyarakat dibatasi, termasuk jual beli. Selain karena pandemi, fluktuasi penjualan juga disebabkan oleh banyaknya pesaing yang sama sehingga mengakibatkan penurunan penjualan hal itu disebabkan adanya kesulitan yang dialami konsumen dalam memutuskan pembelian produk. Dalam keadaan ini, penjualan produk yang biasanya mencapai 1.400 porsi setiap bulan kini telah turun. Sehingga pihak perusahaan perlu untuk mencari tahu penyebab penurunan penjualan agar dapat memberikan solusi serta penanganan agar konsumen melakukan pembelian.

Berdasarkan hasil observasi pra penelitian pada 20 konsumen yang pernah membeli ramen di Ramen Gorilla Cabang Wanaraja, beberapa fenomena yang terjadi berkenaan dengan kualitas produk ditandai dengan kualitas produk yang dibawah standar sehingga gagal memenuhi harapan konsumen saat ini, daya tahan produk yang kurang, konsistensi rasa ramen yang tidak konsisten dari pembelian sebelumnya dan pelayanan yang pelayanan yang lambat.

Selain kualitas produk, lokasi juga berkaitan erat dengan penurunan keputusan pembelian di Ramen Gorilla Cabang Wanaraja ditandai dengan lokasi tersebut kurang memadai karena sering terjadi kemacetan lalu lintas di sekitarnya, lokasi tersebut hampir tidak terlihat dari kejauhan, dan tidak ada petunjuk jalan yang mengarah ke tempat tersebut sehingga kurang dikenal secara luas, tempat parkir yang tidak nyaman karena sempit dan sedikit menanjak sehingga menyulitkan konsumen untuk memarkirkan kendaraan khususnya roda empat serta bangunan yang sempit membuat konsumen tidak nyaman karena jarak tempat duduk yang terlalu dekat.

Penelitian ini bertujuan agar diketahuinya kualitas produk, lokasi, dan keputusan pembelian pada Ramen Gorilla cabang Wanaraja, agar diketahuinya pengaruh kualitas produk

terhadap keputusan pembelian pada Ramen Gorilla cabang Wanaraja dan agar diketahuinya pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Ramen Gorilla cabang Wanaraja.

2 Tinjauan Pustaka

Kualitas Produk

¹⁵ Kualitas produk ialah satu dari banyak faktor suatu produk yang dapat memuaskan konsumen. Kualitas produk adalah kriteria bisnis yang telah ditetapkan untuk menilai suatu produk ditawarkan untuk memutuskan apakah produk tersebut dapat dipertimbangkan seseorang untuk dibeli. Sehingga jika produk berkualitas konsumen terpuaskan. Sebaliknya, konsumen tidak akan terpuaskan apabila perusahaan tidak dapat menghasilkan produk yang berkualitas. Sebagaimana didefinisikan oleh Peter dan Olson (2014) bahwa kualitas produk mengacu pada usaha produsen untuk memberikan pengalaman yang sebesar-besarnya kepada konsumen sehingga konsumen merasa dihargai dan menerima produk atau jasa yang mereka inginkan. Sedangkan menurut Tjjiptono (2008), kualitas produk ialah tanggapan konsumen terhadap produk yang dihasilkan produsen. Dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas produk meliputi: 1) Kinerja, 2) Daya tahan, 3) Kesesuaian dengan spesifikasi, 4) Fitur, 5) Ektetika, 6) Reliabilitas, 7) Kesan kualitas, 8) Kemampuan pelayanan.

Lokasi

Lokasi mempunyai peranan penting karena dapat menjadi penentu dalam tercapainya tujuan suatu usaha bisnis. Lokasi usaha umumnya digunakan sebagai media pendistribusian perusahaan karena lokasi berkenaan langsung dengan konsumen atau lokasi dapat disebut sebagai pusat menyalurkan barang antara produsen dan konsumen. Menurut Alma (2016), lokasi merupakan tempat dimana perusahaan melakukan aktivitas untuk mendapatkan barang atau jasa yang layak secara komersial. Sedangkan menurut Hurriyati (2015), lokasi yaitu berkaitan dengan dimana suatu perusahaan bermarkas serta melakukan kegiatannya. Dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur lokasi ialah: 1) Akses, 2) Visibilitas, 3) Lalu lintas, 4) Tempat parkir, 5) Ekspansi, 6) Lingkungan, 7) Persaingan.

Keputusan Pembelian

⁴ Keputusan pembelian ialah keputusan yang dibuat konsumen saat membeli produk yang telah dipikirkan apakah layak atau tidaknya membeli produk tersebut dengan beberapa pertimbangan mengenai informasi yang didapat dengan kenyataannya tentang produk tersebut setelah merasakannya. Sebagaimana didefinisikan oleh Widjaja dan Rahmat (2017) bahwa keputusan pembelian ialah perilaku konsumen memilih atau menetapkan suatu barang/jasa agar kepuasan dapat dicapai mengikuti keinginan dan kebutuhannya. Namun menurut Kotler & Keller (2016), keputusan pembelian ialah sikap konsumen mengenai cara tertentu dalam memilih, membeli, memakai, serta apakah barang, jasa, ide, atau pengalaman agar dapat memberi rasa puas terhadap yang dibutuhkan serta diinginkan. Menurut Kotler & Keller (2016) dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur keputusan pembelian ialah: 1) Pilihan produk, 2) Pilihan merek, 3) Pilihan penyalur, 4) Waktu pembelian, 5) Jumlah pembelian, 6) Metode Pembayaran.

3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan penelitian ini dengan cara pendekatan kuantitatif yaitu deskriptif serta asosiatif dengan sampel 96 responden yang merupakan konsumen Ramen Gorilla Cabang Wanaraja dengan teknik penarikan sampel memakai teknik *purposive sampling*. Untuk mengumpulkan data penelitian memakai studi kepustakaan (*library research*) serta studi lapangan (*field research*) dengan melakukan pemantauan secara langsung terhadap objek melalui wawancara dengan pihak penanggung jawab Ramen Gori Cabang Wanaraja dan menyebarkan kuesioner dengan memakai skala interval. Untuk pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Selanjutnya data dianalisis secara deskriptif, kemudian dianalisis memakai regresi linier berganda serta koefisien determinasi. Selain itu, dilakukan pengujian signifikansi hipotesis secara parsial dengan menggunakan *software SPSS IBM 23*.

4 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan 5 tingkat jawaban alternatif tentang keadaan yang dirasakan melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden, menghasilkan:

Tabel 2: Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Produk

No	Dimensi	Skor	Kriteria
1	Kinerja	399	Baik
2	Daya Tahan	375	Baik
3	Kesesuaian dengan Spesifikasi	396	Baik
4	Fitur	386	Baik
5	Estetika	383	Baik
6	Reliabilitas	383	Baik
7	Kesan Kualitas	393	Baik
8	Kemampuan Pelayanan	388	Baik
Rata-rata		388	Baik

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2022

Diketahui secara keseluruhan untuk kualitas produk rata-rata sebesar 388 kriteria baik. Skor tertinggi dimensi kinerja dengan nilai 399 kriteria baik, hal ini karena konsumen menyetujui kinerja ramen sudah baik dimana ramen yang diberikan sesuai dengan selera karena ramen ini menawarkan sejumlah varian kuah diantaranya soya, miso dan kare, serta tingkatan pedas dari level 1 hingga level 5. Skor terendah dimensi daya tahan dengan nilai 375 kriteria baik, meskipun konsumen setuju bahwa ramen tersebut murni dan dibuat dengan bahan-bahan segar tanpa menggunakan bahan pengawet, namun konsumen akan lebih senang jika ramennya dapat ditingkatkan kembali termasuk dari segi daya tahan karena saat ramen sudah rasanya enak saat masih panas.

Tabel 3: Hasil Deskriptif Variabel Lokasi

No	Dimensi	Skor	Kriteria
1	Akses	415	Sangat Baik
2	Visibilitas	391	Baik
3	Lalu Lintas	387	Baik
4	Tempat Parkir	394	Baik
5	Ekspansi	369	Baik
6	Lingkungan	391	Baik
7	Persaingan	364	Baik
Rata-rata		387	Baik

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2022

Diketahui secara keseluruhan untuk lokasi rata-rata sebesar 387 kriteria baik. Skor tertinggi dimensi akses dengan nilai 415 kriteria sangat baik, hal ini karena tempat tersebut memiliki aksesibilitas yang mudah dilalui kendaraan pribadi maupun umum serta kedekatan letak lokasi dengan jalan raya. Skor terendah dimensi persaingan dengan nilai 364 kriteria baik, menunjukkan bahwa Ramen Gorilla Cabang Wanaraja tidak terletak di daerah yang banyak pesaingnya, selain itu harga ramen lebih murah daripada pesaing lainnya.

Tabel 4: Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian

No	Dimensi	Skor	Kriteria
1	Pilihan Produk	399	Baik
2	Pilihan Merek	377	Baik
3	Pilihan Penyalur	388	Baik
4	Waktu Pembelian	366	Baik
5	Jumlah Pembelian	382	Baik
6	Metode Pembayaran	409	Sangat Baik
Rata-rata		387	Baik

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2022

Diketahui secara keseluruhan untuk keputusan pembelian rata-rata sebesar 387 kriteria baik. Skor tertinggi dimensi metode pembayaran dengan nilai 409 kriteria sangat baik, hal ini berarti bahwa Ramen Gorilla Cabang Wanaraja memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran baik tunai maupun *non* tunai, meskipun saat melakukan pembayaran *non* tunai minimal pembayaran Rp. 50.000. Skor terendah dimensi waktu pembelian dengan nilai 366 kriteria baik, menunjukkan setiap konsumen memiliki minat dan kegiatan yang berbeda sehingga berkunjung saat memiliki waktu luang saja baik pada hari kerja atau akhir pekan.

Tabel 5: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,446	3,244		,446	,657
	Kualitas Produk	,422	,081	,495	5,205	,000
	Lokasi	,344	,085	,383	4,028	,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2022

Didapatkan persamaan: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 = 1,446 + 0,422X_1 + 0,344X_2$

Degan interpretasi nilai konstanta (a) sebesar 1,446 dengan koefisien kualitas produk 0,422 sifatnya (24) maka kenaikan 1 poin akan meningkatkan keputusan pembelian 0,422 poin, artinya kualitas produk memiliki korelasi (+) terhadap keputusan pembelian. Koefisien lokasi 0,344 sifatnya (+) maka kenaikan 1 poin (20) an meningkatkan keputusan pembelian 0,344 poin, artinya lokasi memiliki korelasi (+) terhadap keputusan pembelian.

Tabel 6: Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 ^a	,696	,690	3,972

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2022

Didapat nilai R yaitu 0,834 menyatakan hubungan variabel bebas dengan variabel terikat sangat kuat. Selanjutnya didapat nilai koefisien determinasi (R Square) 0,696 menunjukkan kualitas produk dan lokasi menjelaskan kontribusi terhadap keputusan pembelian ialah 69,6% dan 30,4% dijelaskan variabel lain.

Tabel 7: Hasil Uji Signifikansi Hipotesis Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	1,446	3,244	
	Kualitas Produk	,422	,081	,495	5,205	,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2022

Diperoleh nilai Sig. 0,000 < α 0,05 sehingga H₀ ditolak, menunjukkan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ramen Gorilla

Cabang Wanaraja⁷ ini selaras dengan kajian yang dijalankan oleh Maharani (2020) dan Suhendri (2019) yang menunjukkan kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga agar perusahaan dapat bersaing dengan pesaingnya harus mempunyai suatu kualitas produk yang unggul atau setara harga yang diberikan. Sehingga, konsumen tertarik pada ramen jika rasanya enak, harga terjangkau dan berkualitas tinggi, baik dari segi komponen yang digunakan maupun rasanya.

Tabel 8: Hasil Uji Signifikansi Hipotesis Lokasi terhadap Keputusan Pembelian¹⁴

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	1,446	3,244	,446	,657
	Lokasi	,344	,085	,383	4,028

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2022

Diperoleh nilai Sig. $0,000 < \alpha 0,05$ sehingga H_0 ditolak, menunjukkan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ramen Gorilla Cabang Wanaraja¹. Ini selaras dengan kajian yang dijalankan oleh Arianto dan Satrio (2020) dan Pratiwi et al. (2017) yang menunjukkan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga lokasi sangat berperan penting dalam keberhasilan suatu usaha yang kaitannya dengan aksesibilitas, visibilitas, arus lalu lintas, lahan parkir, ekspansi, lingkungan dan persaingan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memilih Ramen Gorilla Cabang Wanaraja berdasarkan lokasinya.

5 Simpulan dan Saran

Dari penelitian serta pembahasan didapat simpulan² bahwa variabel kualitas produk, lokasi dan keputusan pembelian pada Ramen Gorilla Cabang Wanaraja termasuk kriteria penilaian baik. Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ramen Gorilla Cabang Wanaraja dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ramen Gorilla cabang Wanaraja.

²⁹ Dari hasil pembahasan yang telah disampaikan, adapun saran yang diberikan yaitu untuk kualitas produk perlu meningkatkan kembali produknya agar lebih tahan lama dengan cara pemilihan bahan yang baik, cara pembuatan yang baik, penggunaan material tempat yang baik serta harus lebih kreatif dan inovatif dalam menambahkan topping yang dapat disesuaikan dengan preferensi konsumen, agar dapat digunakan sebagai komponen nilai tambah untuk kualitas produk dengan adanya kemajuan tersebut. Untuk lokasi, karena tidak ada pesaing serupa di lokasi yang sama, maka perlu memanfaatkan lokasi ini sebaik mungkin untuk kepentingan bisnis. Untuk keputusan pembelian, disarankan untuk dapat membangun suatu merek yang menguntungkan dengan secara konsisten memberi layanan yang ramah dan sopan, didukung oleh produk yang berkualitas tinggi, untuk meyakinkan konsumen agar membeli produk pilihan mereka pada hari kerja atau akhir pekan.

J24023118061

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

13%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejournal.stiesia.ac.id Internet Source	2%
2	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	2%
3	eprints.ums.ac.id Internet Source	2%
4	repository.upbatam.ac.id Internet Source	1%
5	Fadia Afriyani, Reminta Lumban Batu. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian AC Panasonic", Widya Manajemen, 2022 Publication	1%
6	journal.yrpiiku.com Internet Source	1%
7	docplayer.info Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	1%

9	ocs.unud.ac.id Internet Source	1 %
10	repository.unpas.ac.id Internet Source	1 %
11	repository.pelitabangsa.ac.id Internet Source	1 %
12	Submitted to Sekolah Tinggi Teknologi Garut Student Paper	1 %
13	ojs.unik-kediri.ac.id Internet Source	1 %
14	repository.upstegal.ac.id Internet Source	<1 %
15	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1 %
16	id.scribd.com Internet Source	<1 %
17	Angrum Pratiwi. "Pengaruh Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Keputusan Memilih Jurusan Ekonomi dan Perbankan Syariah (Studi Perguruan Tinggi di Wilayah Kalimantan Timur)", Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan, 2019 Publication	<1 %
18	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %

19	proceeding.unpkediri.ac.id Internet Source	<1 %
20	123dok.com Internet Source	<1 %
21	es.scribd.com Internet Source	<1 %
22	journal.stiem.ac.id Internet Source	<1 %
23	media.neliti.com Internet Source	<1 %
24	repository.upnvj.ac.id Internet Source	<1 %
25	Dody Dody, Luh Eka Susanti, Bondan Pambudi. "Adaptasi new normal: pengaruh kualitas produk, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan konsumen", Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis, 2022 Publication	<1 %
26	Zainiyatul Qoyum. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTAURANT "X"", Jurnal Riset Entrepreneurship, 2018 Publication	<1 %
27	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	<1 %

28

johannessimatupang.wordpress.com

Internet Source

<1 %

29

repository.iainpurwokerto.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off