

B
A

B V
PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, hal ini disebabkan karena konsumen tertarik dengan produk dari ayam goreng nelongso yang memiliki porsi ayam besar dan tidak begitu memperhatikan dari segi kualitas pelayanan yang diberikan.
2. Produk (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini disebabkan karena tidak ada tempat lain disekitar lokasi yang menjual ayam dengan porsi yang besar tetapi dengan harga yang terjangkau, serta produk dari ayam goreng nelongso sangat bervariasi.
3. Harga (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini disebabkan karena harga dari ayam goreng nelongso yang dapat bersaing dengan restoran lain, harga yang sesuai dengan kualitas makanan dan minuman yang konsumen dapatkan serta harga yang cukup terjangkau bagi kalangan mahasiswa yang dominan lebih tinggi banyak berkunjung ke ayam goreng nelongso surabaya.
4. Lokasi (X_4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini disebabkan karena lokasi ayam goreng nelongso yang sangat dekat dengan sekolah, universitas dan perkantoran serta terbebas dari

kemacetan sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama untuk menuju ke lokasi tersebut.

5. Berdasarkan hasil penelitian koefisien determinasi yang sudah dilakukan dapat dilihat pada nilai Adjusted R Square bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), produk (X2), harga (X3) dan lokasi (X4) memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 44,3% adalah sedang. (dapat dilihat pada tabel 3.2)
6. Hasil dari regresi linier berganda yang sudah dilakukan dari variabel kualitas pelayanan (X1), produk (X2), harga (X3) dan lokasi (X4) variabel lokasi merupakan variabel yang memiliki peranan yang paling berkontribusi terhadap keputusan pembelian daripada variabel kualitas pelayanan, produk dan harga. Sehingga pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa konsumen ayam goreng nelongso surabaya melakukan pembelian makanan dan minuman disebabkan oleh lokasi.

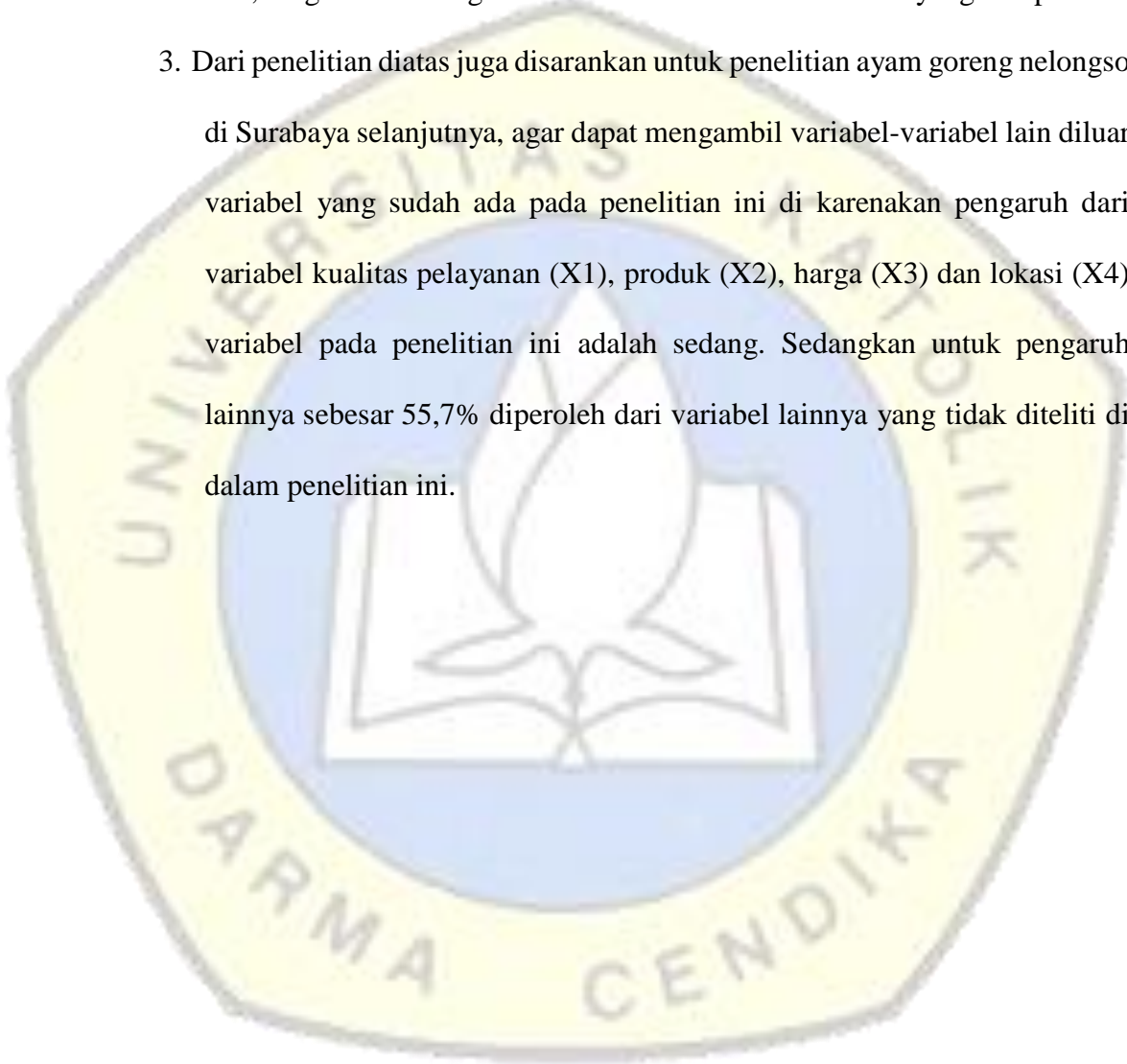
5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan dapat diberikan beberapa rekomendasi yang berupa saran-saran sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi perusahaan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian, hasil yang paling menonjol merupakan variabel lokasi. Dapat dilihat dari analisis regresi linier berganda yaitu variabel lokasi dengan $B = 0,315$. Maka disarankan ayam goreng nelongso di Surabaya agar lebih memperhatikan lokasi yaitu dengan memperbesar lahan dengan

cara menyewa atau membeli ruko yang ada disebelahnya supaya lebih luas dan dapat menampung banyak konsumen.

2. Harga yang diberikan harus tetap dipertahankan karena terjangkau dan sesuai dengan harapan pelanggan, harga dapat bersaing dengan resto/kedai lain, harga sesuai dengan kualitas makanan dan minuman yang didapatkan.
3. Dari penelitian diatas juga disarankan untuk penelitian ayam goreng nelongso di Surabaya selanjutnya, agar dapat mengambil variabel-variabel lain diluar variabel yang sudah ada pada penelitian ini di karenakan pengaruh dari variabel kualitas pelayanan (X1), produk (X2), harga (X3) dan lokasi (X4) variabel pada penelitian ini adalah sedang. Sedangkan untuk pengaruh lainnya sebesar 55,7% diperoleh dari variabel lainnya yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, Siburian dan Zainurossalamia. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 12, No 2. Kalimantan: Universitas Mulawarman.
- Afifudin, Sitohang. 2016. Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Bahari Lamongan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No 12. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA).
- Atmodjo, M.W. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi
- Christina Widya Utami. 2008. *Manajemen Barang Dagangan dalam Bisnis Ritel*. Publishing Bayumedia. Malang.
- Daryanto. 2013. Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Cetakan II. Januari 2013. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Diana, Cahyani. *Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.
- Fahrudin, Fauzi, Yulianto. 2015. Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 28, No 1. Malang: Universitas Brawijaya.
- Fernando, Aksari. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 7, No 1. Bali: Universitas Udayana.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi _____, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harmani, 2008, Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Pasar Turi Baru Surabaya.
- Hasan, Ali. “*Marketing*”, cetakan pertama. Media Pressindo. Yogyakarta. 2009
- Kodu, S. 2013. Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*. Vol.1, No.3, p.1251-1259.
- Koestanto, Yuniati. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Vol. 3, No 10. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA).

- Komalasari, dkk. 2011. *Asesmen Teknik Non Tes Perspektif BK Komprehensif*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran : Analisa Perencanaan dan Pengendalian*. Edisi Indonesia. BPFE UI.
- _____, G. Armstrong. 2000. *Principles of marketing*. Pearson Education. United States of America.
- _____, _____, Philip. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan Jakarta : Erlangga.
- _____, _____. 2001. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- _____, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11 jilid 1 dan 2 Pemasaran, Jakarta: PT. Indeks, Jakarta.
- _____. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Penerbit PT. Prenhallinda. Jakarta.
- _____, _____. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- _____, _____, Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- _____, _____, _____. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.
- _____, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- _____, G. Armstrong. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- _____, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Penerbit : Erlangga. Jakarta
- _____, _____. 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- _____, Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- _____, Armstrong. 2010. *Principles of Marketing, thirteen edition*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- _____. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. PT. Prehallindo Jakarta.
- _____, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran* Jilid II, Erlangga, Jakarta.

- _____, _____, Philip. 2012. *Marketing Management*, 14th Ed. New Jersey: Pearson Hall.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Lamb, Chales W., Hair, Joseph F., and McDaniel, Carl. 2001. *Pemasaran*. Alih bahasa David Octavaria. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- _____, _____. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____, _____. Rambat. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua, Jakarta, Salemba Empat.
- Lempoy, Mandey dan Loindong. 2015. Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder. *Jurnal EMBA*. Vol. 3, No 1. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Maria, Anshori. 2013. Jurnal Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Vol. 6, No 1. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Mc Carthy dan Perrefault, 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Alih Bahasa Agus Dharma. Jakarta: Erlangga.
- Mulyatiningsih, A. 2012. *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Muanas. 2014. Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Buana Indomobil Trada. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Vol. 3, No 12. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEISIA).
- Mowen, John, C dan Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. jilid 1. Edisi Kelima (terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Nilasari, Istiatin. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma*. Vol. 13, No 1. Surakarta: Universitas Islam Batik.
- Nurul. 2017. Analisa Pengaruh Harga, Promosi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah*. Vol. 4, No 2. Jakarta: Universitas Pamulang.

- Panjaitan, Yuliati. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen*. Vol. 11, No 2. Bandung: Universitas Telkom.
- Peter, J.Paul dan Olson, Jerry. C. 2002. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi ke empat (terjemahan). Jakarta. Erlangga
- Pride, William M. and O.C Ferrel. 2009. *Foundations of Marketing*. 3 rd Ed. Boston New York: Houghton Mifflin Company.
- Ramli, Anggun. 2017. Pengaruh Produk Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Ar Minum dalam Kemasan. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*. Riau: Akademi Akuntansi Permata Harapan.
- Ratnaningrum. 2016. Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Peralite di Kota Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Riyono, Budiharja. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*. Vol. 8, No 2. Semarang: STIE AKA.
- Revita, Frimasya dan Kurniawan. 2018. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone merek Samsung. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*. Jakarta: Akademi Sekretari dan Manajemen Bina Sarana Informatika.
- Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen pendekatan praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Santoso. 2014. Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Saladin, Djaslim. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santoso dan Ashari. 2005. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- _____, Singgih. 2010. *Statistik Non Parametrik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Satrio, Anwar. 2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 4, No 12. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA).
- Sigit. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Studi Kasus pada IFI Futsal Bandung). *Jurnal*. Bandung: Universitas Telkom.

- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Cetakan kedua. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.
- _____, _____. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siow. 2013. Kualitas Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria FU150 di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 1, No 3. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Sudjana. 2005. *Metode Statistika* Edisi ke 6. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Suharyadi, S.K. Purwanto. 2004. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat
- Sumaatmadja, Nursid. *Suatu Pendekatan dan Analisis Keruangan*. (Bandung: Alumni. 2008)
- Sumarwan, U. 2008. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta.
- _____. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Edisi 2. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Supriyono, Hasiolan dan Warso. 2014. Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Rumah pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City di Semarang. *Jurnal Skripsi Ekonomi Manajemen*. Semarang: Universitas Pandanaran Semarang.
- Sejati. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No 3. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA).
- Swastha, Basu. 2002. *Azas-Azas Pemasaran*. Yogyakarta, Liberty.
- Syabilillah, Satrio. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Lamongan. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Vol. 2, No 5. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA).
- Tarmanto, Indra Septio. 2012. Pengaruh Produk Harga dan Tempat terhadap Keputusan Membeli Kartu Telkomsel di Bumilindo Prakarsa. *Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran*. Vol.1 no.6. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA).
- Tjiptono., 2000. *Manajemen jasa*, Edisi Pertama. Andi offset, Yogyakarta.

- _____, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- _____, _____. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ke Dua, Andi Offset. Yogyakarta.
- _____, _____. 2007. *Pemasaran Jasa*. Banyumedia Publishing, Malang.
- _____. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi, keempat, penerbit Andi, Yogyakarta.
- _____, _____. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____, _____, Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*, Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- _____, _____. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi 11. Jakarta: Raa Grafindo Persada. Kedua, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Wahyuni, Pardamean. 2016. Pengaruh Iklan, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati di Institute Perbanas. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*. Vol. 3 no. 1. Jakarta: Universitas Perbanas
- Wibowo, Soedjono. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di D'Stupid Baker Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Vol. 3, No 12. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA).
- Widjaja, Sandjaja. 2013. Uji Validitas dan Reliabilitas Index Of Teaching Stress. *Jurnal NOETIC Psychology*. Vol. 3, No 2. Jakarta: Universitas Kristen Wacana.
- Widyasari, Fifilia. 2009. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Rumah. *Jurnal TEMA*. Vol. 6. Semarang: Universitas Stikubank.
- Wijayanto. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah.
- Yanuar, Qomariah dan Santoso. 2017. Dampak Kualitas Produk, Harga Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. Vol. 3, No 1. Jember: Universitas Muhammadiyah.
- Yuliana, Suprihhadi. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No 6. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA).

Yulianingsih. 2016. Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Roti Bakar 88 Tangerang. *Jurnal*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bisnis Indonesia

Yuwono, Yuwana. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko King di Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Vol. 2, No 1. Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945.

Zakaria, Suwitho. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 6, No 4. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA).

Zulaicha. 2016. Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*. Vol. 4 No 2. Riau: Politeknik Negeri Batam.

Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary Jo, 2002. *Service Marketing*, McGraw Hill Inc, Int'l Edition, New York.

www.nelongso.com

[http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/PERMEN%20PAREKRAF%20No 11%20TAHUN%202014%20ttg%20RESTORAN.pdf](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/PERMEN%20PAREKRAF%20No%2011%20TAHUN%202014%20ttg%20RESTORAN.pdf)

<https://www.ruangpegawai.com/ragam/mengenal-tugas-supervisor-tanggung-jawabnya-di-perusahaan-1198>

<https://yeylic.wordpress.com/2016/08/02/tugas-seorang-kasir/>

<https://brainly.co.id/tugas/2463934>

<http://www.budihermanto.com/fungsi-tugas-dan-tanggung-jawab-seorang-waiter/>

[http://www.academia.edu/10694770/TUGAS and TANGGUNG JAWAB CLEANING SERVICE](http://www.academia.edu/10694770/TUGAS_and_TANGGUNG_JAWAB_CLEANING_SERVICE)

NG SERVICE

