

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisa yang dilakukan peneliti dan data yang telah diuji mengenai *store atmosphere*, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mie Gacoan Cabang Kenjeran Surabaya, maka dapat disimpulkan bahwa:

a. *Store Atmosphere* (X1)

Store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang kenjeran Surabaya.

b. Kualitas Produk (X2)

Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang kenjeran Surabaya.

c. Lokasi (X3)

Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang kenjeran Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dihasilkan, ada beberapa saran yang dapat direkomendasikan kepada perusahaan yaitu:

A) *Store Atmosphere* Bagi Mie Gacoan Cabang Kenjeran Surabaya

Diharapkan bahwa Mie Gacoan Cabang Kenjeran Surabaya untuk meningkatkan *store atmosphere* yang dapat dilakukan dengan memasang lukisan



dan menggambar hal tentang mie di tembok restoran kemudian bagian *exterior* menggunakan patung berbentuk manusia yang sedang memakan mie dan diletakkan di daerah paling depan restoran agar mudah dilihat para pengendara, hal ini diharapkan agar para pengendara penasaran agar dan mencoba Mie Gacoan Cabang Kenjeran Surabaya

B) Kualitas Produk Bagi Mie Gacoan Cabang Kenjeran Surabaya

Diharapkan bahwa Mie Gacoan Cabang Kenjeran Surabaya untuk meningkatkan Kualitas Produk yang dapat dilakukan dengan memperhatikan level pedas karena level pedas tersebut harus terus diperbarui dengan menggunakan cabai *caroline reaper* dimana cabai tersebut memiliki tingkat kepedasan nomer satu di dunia karena hal tersebut bisa diadakan perlombaan makan Mie Gacoan dengan menggunakan cabai *Carolina Reaper* dalam tempo enam bulan sekali, karena hal ini diharapkan pada Mie Gacoan Cabang Kenjeran Surabaya mengalami peningkatan dalam penjualan.

C) Lokasi Bagi Mie Gacoan Cabang Kenjeran Surabaya

Diharapkan bahwa Mie Gacoan Cabang Kenjeran Surabaya untuk memberikan penjelasan selain lewat media sosial contohnya dengan memakai tiktok dan mengundang pengulas kuliner misal seperti Koko Buncit atau Joe Sava karena ada banyak orang yang menggunakan media tersebut hal ini diharapkan agar tersampai dengan jelas kepada konsumen dan memudahkan konsumen untuk mengetahui lokasi



DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rusydi. (2017). Manajemen Pemasaran. Sayed Mahdi, ALFABETA: ALFABETA
- Achmad Safrizal Yafie, Suharyono, Yusri Abdillah (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Food and Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang) *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 35 No. 2 Juni
- Alfiah, A., Suhendar, A., dan Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 492-503.
- Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Amelia, Y., Dan Sukmasari, D. (2022). Pengaruh gaya hidup dan kualitas produk pada keputusan pembelian Starbucks Coffee. *Journals of Economics and Business*, 2(1), 47-56.
- Apriliani, V. D., Waloejo, H. D., dan Hadi, S. P. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Susu Moeria Café di Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 180-187.
- Apriyadi, A., Muslihat, A., dan Siregar, S. (2021). Pengaruh store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada cafe limasan The effect of store atmosphere and service quality on purchasing decisions at cafe limasan. 23(3), 421–430.
- Ardista, R., dan Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 1-13.
- Arianto, D. P. H., dan Satrio, B. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(6).
- Arkam, M. M. (2020). Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Suka Kopi Lesehan. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(1), 17-25.
- aryandi, j., dan onsardi, o. (2020). pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada cafe wareg



bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.

Atmojo, R. N. (2020). The Pengaruh Store Atmosphere, Product Assortment dan Price Terhadap Minat Beli di Borma Kota Bandung. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 4(1), 68-76.

Bakhtiar, H. M., Effendi, R., dan Susanto, B. (2018). Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Bahagia Pangkalan Bun Kalimantan Tengah. *Magenta*, 6(2), 87-95.

Berman dan Evans, (2010). *Retail Management. 12th Edition. Jakarta; Pearson*

Charles Lamb, W.et.al. 2001. *Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta*

Dharma, A. W. (2013). Store atmosphere sebagai stimuli minat beli konsumen Generasi Y. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 2(4).

Djauharuddin, A., Machmud, M., Muslimin, U., dan Aryuni, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Pt.Tunas Dwipa Matra Cabang Parepare. *akmen jurnal ilmiah*, 17(4), 641-651. <https://doi.org/10.37476/akmen.v17i4.1235>

Fa'al Akbar, N., dan Nurcholis, L. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi*.

Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., dan Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(1), 176-188.

Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Desrtasi Ilmu Manajemen*.

Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek : Planning dan Strategy*. Qlaira Media

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Haling, F. C. S. S. (2022). Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap Di Selyca Mulia Hotel Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 50-64.



- Handayani, R. (2020). Metodologi penelitian sosial. *Yogyakarta: Trussmedia Grafika*.
- Hastoko, Y. P., dan Stevany, S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi terhadap keputusan menginap di hotel POP Kelapa Gading. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(9), 4106-4115.
- Heizer dan Render. (2012). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat
- Hermawan, J. P. P. O., dan Fauzi, R. U. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Nilai Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Listrik di Kota Madiun. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).
- Hidayat, T. (2020). Analisis pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 109-119.
- Irfan. *Word of Mouth Communication-Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2018
- Istoto, S., dan Subagja, I. K. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Buah Melon PT. *Syafina Niaga. J. Manaj. Bisnis Krisnadwipayana*, 6(2).
- Katarika, D. M., dan Syahputra, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 162-171.
- Kotler, P. dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 13.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th Global Edition*. In Pearson Education Limited (p. 737).
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.; A. Maulana & Y. S. Hayati, eds.). Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. 17th red. New York.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Krisdayanti, N. M., dan kotler, S. (2018). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian



- Lee, Monle dan Carla Johnson. Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011
- Levy, M., dan Weitz, B. A. (2013). *Retailing Management 9th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran jasa teori dan praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mansyur, M., Asiyah, S., dan Millaningtyas, R. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Love, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans Di Malang (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Jurusan Manajemen Angkatan 2018). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(01).
- Matthew, J., Soeprapto, V. S., dan Julianto, E. (2023). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Groen Kopi: indonesia. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 430-439.
- Melida, S. (2016). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja (Studi Pada Toko Taman Bunga Kotagede Yogyakarta). Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 27.
- Mirza, L. (2022). *Pengaruh Review Beauty Vlogger Tasya Farasya Di Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Wardah dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswi FEBI Angkatan 2018-2019 UIN Raden Intan Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Montung , P., Sepang, J., dan Adare, D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 680.
- Morissan. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Cetakan Pertama. Jakarta : Kencana.
- Musfar, T. F. (2021). *Manajemen produk dan merek*. Media Sains Indonesia.
- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., dan 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.
- Ngumar, N., Widarko, A., dan Khalikussabir, K. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Damar Coffee Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(07).



- Ningsih, D. S., dan Cahya, H. N. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Pengguna Grab Bike Pada Mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(3), 138-149.
- Nuraeni. (2021). GRAB (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen 2016 Fakultas
- Nurlia, L. (2020). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linier. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, 2(3), September 2020, 1-12.
- Oktavia, S. (2023). <https://www.detik.com/jatim/kuliner/d-6966714/5-outlet-mi-pedas-di-surabaya-mulai-mie-gacoan-hingga-wizzmie> (diakses pada tanggal 22 november, 2023, 18.50 WIB)
- Priadi, D. R., dan Samboro, J. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Bosku Kediri. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. 6 (1), 129–133.
- Purnama, N. I., dan Rialdy, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan Pada PT. Rodes Chemindo Medan. 1(1), 175.
- Purwati, A. A., Yusrizal, dan Ramadhani, I. C. (2019). Pengaruh Life Style, Kualitas Produk Dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 22–36. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ramadani, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone. *Jurnal Iqtisha Dequity*, 1(2), 36-46
- Rayuwati, R., Yustisar, M., Gemasih, H., dan Eliyin, E. (2022). The Influence of Price, Store Atmosphere and Food Product Quality on Buying Interest at Tootor Coffee Takengon. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(4), 1129-1143.
- Riduwan. (2009). *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., dan Kamelia, S. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee. *Solusi*, 21(3), 672-682.
- Romadon, Ahmad Sahri, Meirisa Andini Pramusinto, dan Salwa Nur Kamelia. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee." *Solusi* 21.3 (2023): 672-682.



- Salsabila, A., dan Maskur, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian mie gacoan (studi pada pelanggan mie gacoan di Kota Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 156-167.
- Sanjaya (2015). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Empire Gym). Skripsi : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung
- Saota, S., P. Buulolo., dan S. H. Fau. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Ud. Trialvela Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nia Selatan*, 4(2), Juli 2021, 135-142.
- Somantri, B., Syawal, N. P., dan Wijaya, Z. R. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Location, dan Social Media Terhadap Keputusan Pembelian. *Cakrawala Repositori IMWI*, 5(2), 190-199.
- Sopiah & Sangadji, E. M. (2016). Salesmanship (Kepenjualan). *Cetakan Pertama. Jakarta: Bumi Aksara.*
- Sudaryono.(2016). Manajemen Pemasaran Teori & Implentasi. Yogyakarta : Andi.
- Stanton, William J, (2004), Prinsip Pemasaran, terj. oleh Alexander Sindoro Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Sunyoto (2017) Manajemen Pemasaran .Edisi Ke 2. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono (2018). Metode Penelitian Bisnis, Bandung : Alfabeta
- _____, P. D. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Rnd and Penelitian Pendidikan). Metode Penelitian Pendidikan, 67.
- _____. (2014). Metode Penelitian Manajemen.ALFABETA.
- _____ (2017) Manajemen Pemasaran. Edisi Ke 2. Jakarta: Erlangga
- _____. (2015). Metode Penelitian Manajemen.ALFABETA.
- _____. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif ,Kualitatif ,danR&D.
- Supriyanto, A., dan Widiyanto, G. (2022). Pengaruh Promosi, Ulasan Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Lucky Beauty Store. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 41-55.



- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 5(03), 1-18.
- Tansala, D., Tumbel, T. M., dan Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian di gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 8(1), 21-27.
- Tjiptono, F. (2018). *Service Manajemen mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Utami, U. T. (2018). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Nasi Oplos Pak Aah Skripsi.
- Wahid, m. A. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Dan Nilai Pelanggan. 1–19.
- Widjaja, Y. R., dan Rahmat, F. D. J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rumh Makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung. *Ekspansi*, 9(1), 71–95.
- Wulandari, R. D., dan Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11-18.
- Yanto, T. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Artikel Skripsi, 1.
- Yuliana, S., dan Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pelanggan Sinestesa Coffeeshop pati). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 559-573.
- <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-533-pada-kuartal-i2023> (diakses pada tanggal 20 november 2023,17.50 WIB)
- <https://pustaka.pancabudi.ac.id>
- <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/197>
- <https://trends.google.co.id/trends/explore?date=now%201-d&geo=ID&q=Mie%20gacoan%20surabaya,Mie%20setan%20surabaya&hl=d> (diakses pada tanggal 20 november 2023,18.00 WIB)
- <https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID&q=%2Fg%2F11sw24mfqg,%2Fg%2F11f35bhnpm,Mie%20Ayam%20%26%20Cumi%20Cak%20Mad%2>



[Osurabaya,%2Fg%2F11c1ww44yg,%2Fg%2F11twqx1sk6](#) (diakses pada tanggal 22 november, 2023, 16.35 WIB)

