



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
*FOOD COURT WIKI WIKI WOK CAWANG*  
JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

Muhammad Najib

1402015106

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2020



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
*FOOD COURT WIKI WIKI WOK CAWANG*  
JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

Muhammad Najib

1402015106

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2020

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *FOOD COURT* WIKI WIKI WOK CAWANG JAKARTA TIMUR”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan, serta keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammdiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammdiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 22 Februari 2020

Yang Menyatakan,



Muhammad Najib  
1402015106

## PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FOOD COURT WIKI WIKI WOK CAWANG JAKARTA TIMUR**

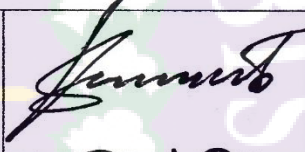
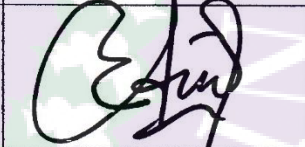
NAMA : **MUHAMMAD NAJIB**

NIM : **1402015106**

PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

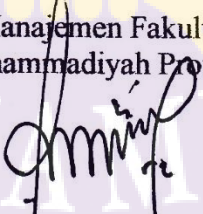
TAHUN AKADEMIK : **2019/2020**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Dr. Sunarta, S.E., MM.	
Pembimbing II	Edi Setiawan, S.E., M.M	

**Mengetahui,**

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

  
Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

### **PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *FOOD COURT* WIKI WIKI WOK CAWANG JAKARTA TIMUR**

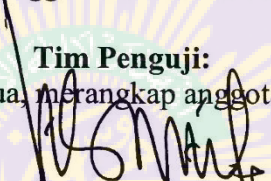
Yang disusun oleh:  
Muhammad Najib  
1402015106

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu  
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah  
Prof. DR. HAMKA

Pada tanggal : 26 Februari 2020

#### **Tim Penguji:**

Ketua, merangkap anggota :

  
(Eti Rochaeti, SE., M.M)

Sekretaris, merangkap anggota :

  
(Emaridial Ulza, S.E., MA.)


Anggota :


  
(Ummu Salma Al Azizah, SE.I, M.Sc.)

#### **Mengetahui,**

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Prof. DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Prof. DR. HAMKA

  
(Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M.)

  
(Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M.)



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Najib  
NIM : 1402015106  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *FOOD COURT* WIKI WIKI WOK CAWANG JAKARTA TIMUR”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 22 Februari 2020  
Yang Menyatakan,



(Muhammad Najib)

## ABSTRAKSI

**Muhammad Najib (1402015106)**

### **PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *FOOD COURT* WIKI WIKI WOK CAWANG JAKARTA TIMUR**

*Skripsi, Program Strata Satu Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2020. Jakarta*

Kata Kunci : Keragaman Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

Bisnis kuliner menjadi salah satu yang paling menjanjikan dan tak pernah sepi, sehingga wajar saja jika banyak orang melirik bisnis yang satu ini. Karenanya diperlukan riset untuk menganalisis faktor penentu Keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *Food Court* Wiki Wiki Wok Cawang Jakarta Timur. Penelitian ini menggunakan metode *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Food Court* wiki wiki wok sebanyak 300 orang. Teknik pemilihan sampel menggunakan *slovin* diperoleh berjumlah 171 orang responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi parsial, analisis koefisien korelasi berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel Keragaman Produk dan Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial variabel Keragaman Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Food Court* Wiki Wiki Wok Cawang Jakarta Timur. Hasil penelitian ini bahwa kenaikan Keragaman Produk berdasarkan dari indikator memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, karena beraneka ragamnya menu yang ditawarkan di *Food Court* Wiki Wiki Wok Cawang memudahkan para konsumen dalam memilih makanan yang diinginkan. Secara parsial variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Food Court* Wiki Wiki Wok Cawang Jakarta Timur. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kualitas produk yang ditawarkan di *Food Court* Wiki Wiki Wok memiliki kualitas yang baik dan layak untuk dinikmati para konsumen sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

**Muhammad Najib (1402015106)**

***THE EFFECT OF PRODUCT DIVERSITY AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS IN FOOD COURT WIKI WIKI WOK CAWANG JAKARTA TIMUR***

*Essay, Strata One Management Study Program Faculty of Economics And Business University of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2020. Jakarta.*

*Keywords: Product Diversity, Product Quality, Purchase Decisions.*

*The culinary business is one of the most promising and never lonely, so it's only natural that many people glance at this one business. Therefore research is needed to analyze the determinants of purchasing decisions. This study aims to determine the effect of Product Diversity and Product Quality on Purchasing Decisions in Wiki Wok Cawang East Jakarta Food Court. This research uses survey method. The population in this study was 300 wiki wiki Food Court consumers. Sampling technique using Slovin obtained amounted to 171 respondents. Data collection techniques are carried out through questionnaires using a Likert scale. Data processing and analysis techniques used are descriptive analysis, multiple linear regression analysis, classic assumption test, partial correlation coefficient analysis, multiple correlation coefficient analysis and hypothesis testing. The results showed that simultaneous variables of Product Diversity and Product Quality have a significant influence on Purchasing Decisions. Partially, the Product Diversity variable has a positive and significant influence on Purchasing Decisions at Wiki Wiki Wok Cawang East Jakarta Food Court. The results of this study that the increase in Product Diversity based on indicators has an influence on Purchasing Decisions, because of the variety of menus offered at Wiki Wok Cawang Wiki Food Court makes it easy for consumers to choose the desired food. Partially, the Product Quality variable has a positive and significant influence on Purchasing Decisions at Wiki Wiki Wok Cawang Food Court, East Jakarta. This shows that the quality of products offered at the Wiki Wok Wiki Food Court has good quality and deserves to be enjoyed by consumers so that it can improve purchasing decisions, so it can be concluded that Product Quality can influence Purchase Decisions.*



## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul **“Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Food Court Wiki Wiki Wok Cawang Jakarta Timur”** dengan tepat waktu. Adapun tujuan dari penulisan ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. Jakarta.

Selesai skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan semangat dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis tidak lupa menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

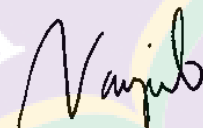
1. Allah SWT, karena atas segala rahmat dan izinnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Suyatno M.Pd, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA dan jajarannya.
4. Bapak Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA dan jajarannya.
5. Bapak Dr. Sunarto, M.M selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA dan jajarannya.
6. Bapak Tohirin, S.H.I., M.Pd.I Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA dan jajarannya.
7. Bapak Faizal Ridwan Zamzany, S.E, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
8. Bapak Sunarto, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I. Terimakasih atas bimbingan dan saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini.

9. Bapak Edi Setiawan S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing I. Terimakasih atas bimbingan dan saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Ayahanda Karto Suwarso dan Ibunda Dewi Herliani, yang tak hentinya memberikan doa, cinta dan dukungan sepenuh hati serta selalu memberikan cahaya inspirasi dalam melewati setiap langkah kehidupan penulis.
11. Seluruh karyawan *Food Court* Wiki Wiki Wok yang telah memberikan izin penelitian dan membantu kelancaran penelitian.
12. Sahabat Iis, Rizal, Dian, Cahyani, Dirga, Gusti, Defrizal, Aziz, Adi, Rachman, Riska, Alief, Andrian, Fical, Fierdiyan, Airil, Naoval dan teman seperjuangan Prodi Manajemen Angkatan 2014 yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi, dukungan dalam penyusunan skripsi ini dan meramaikan perpustakaan FEB.
13. Semua pihak yang terikat tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan kepada penulis. Semoga semua kebaikan yang telah kalian berikan dibalas oleh Allah SWT.

Penulis menyadari laporan ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan oleh peneliti. Akhir kata, penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan yang tidak disadari. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi semua pihak.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb*

Jakarta, 22 Februari 2020



Muhammad Najib

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI/INTISARI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Permasalahan.....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	7
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	8
1.2.3 Perumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Telaah Pustaka .....	21
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	21
2.2.2 Pengertian Bauran Pemasaran .....	21

2.2.3 Pengertian Produk.....	22
2.2.4 Karakteristik Produk.....	23
2.2.5 Tingkatan Produk.....	25
2.2.6 Keragaman Produk.....	26
2.2.6.1 Dimensi Keragaman Produk.....	27
2.2.6.2 Indikator Keragaman Produk.....	28
2.2.7 Kualitas Produk.....	29
2.2.7.1 Dimensi Kualitas Produk.....	29
2.2.7.2 Indikator Kualitas Produk.....	30
2.2.7.3 Kualitas Makanan.....	31
2.2.7.4 Dimensi Kualitas Makanan.....	31
2.2.7.5 Indikator Kualitas Makanan.....	33
2.2.8 Keputusan Pembelian.....	35
2.2.8.1 Dimensi Keputusan Pembelian.....	36
2.2.8.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	38
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
2.4 Rumusan Hipotesis.....	42
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Metodologi Penelitian.....	43
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	44
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
3.3.1 Populasi.....	48
3.3.2 Sampel.....	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	49
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.3 Uji Kualitas Instrumen.....	50
3.4.3.1 Uji Validitas.....	50
3.4.3.2 Uji Realibilitas.....	50
3.5 Teknik Pengolahan Data dan Analisis data.....	53
3.5.1 Teknik Pengolahan.....	53

3.5.2	<i>Analisis Deskriptif</i> .....	53
3.5.3	<i>Uji Asumsi Klasik</i> .....	54
3.5.4	<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i> .....	58
3.5.4.1	<i>Model Regresi Linier Berganda</i> .....	58
3.5.4.2	<i>Analisis Koefisien Korelasi</i> .....	59
3.5.4.3	<i>Uji Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>)</i> .....	60
3.5.4.4	<i>Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik <math>t</math>)</i> .....	61
3.5.4.5	<i>Uji Serentak (Uji Statistik <math>F</math>)</i> .....	62
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	63
4.1.1	<i>Lokasi Penelitian</i> .....	63
4.1.2	<i>Sejarah Singkat Food Court Wiki Wiki Wok Cawang</i> .....	63
4.1.3	<i>Visi dan Misi Food Court Wiki Wiki Wok Cawang</i> .....	64
4.2	Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan .....	65
4.2.1	<i>Identitas Responden</i> .....	65
4.2.2	<i>Analisis per Variabel</i> .....	69
4.2.2.1	<i>Keragaman Produk(<math>X_1</math>)</i> .....	69
4.2.2.2	<i>Kualitas Produk(<math>X_2</math>)</i> .....	75
4.2.2.3	<i>Keputusan Pembelian(<math>Y</math>)</i> .....	89
4.2.3	<i>Uji Kualitas Data</i> .....	100
4.2.3.1	<i>Uji Validitas</i> .....	100
4.2.3.2	<i>Uji Realibilitas</i> .....	103
4.2.4	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i> .....	104
4.2.5	<i>Uji Asumsi Klasik</i> .....	105
4.2.6	<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i> .....	110
4.2.7	<i>Koefisien Korelasi</i> .....	112
4.2.8	<i>Analisis Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>)</i> .....	114
4.3	<i>Uji Hipotesis</i> .....	115
4.3	<i>Pembahasan Umum</i> .....	117



**BAB V PENUTUP**

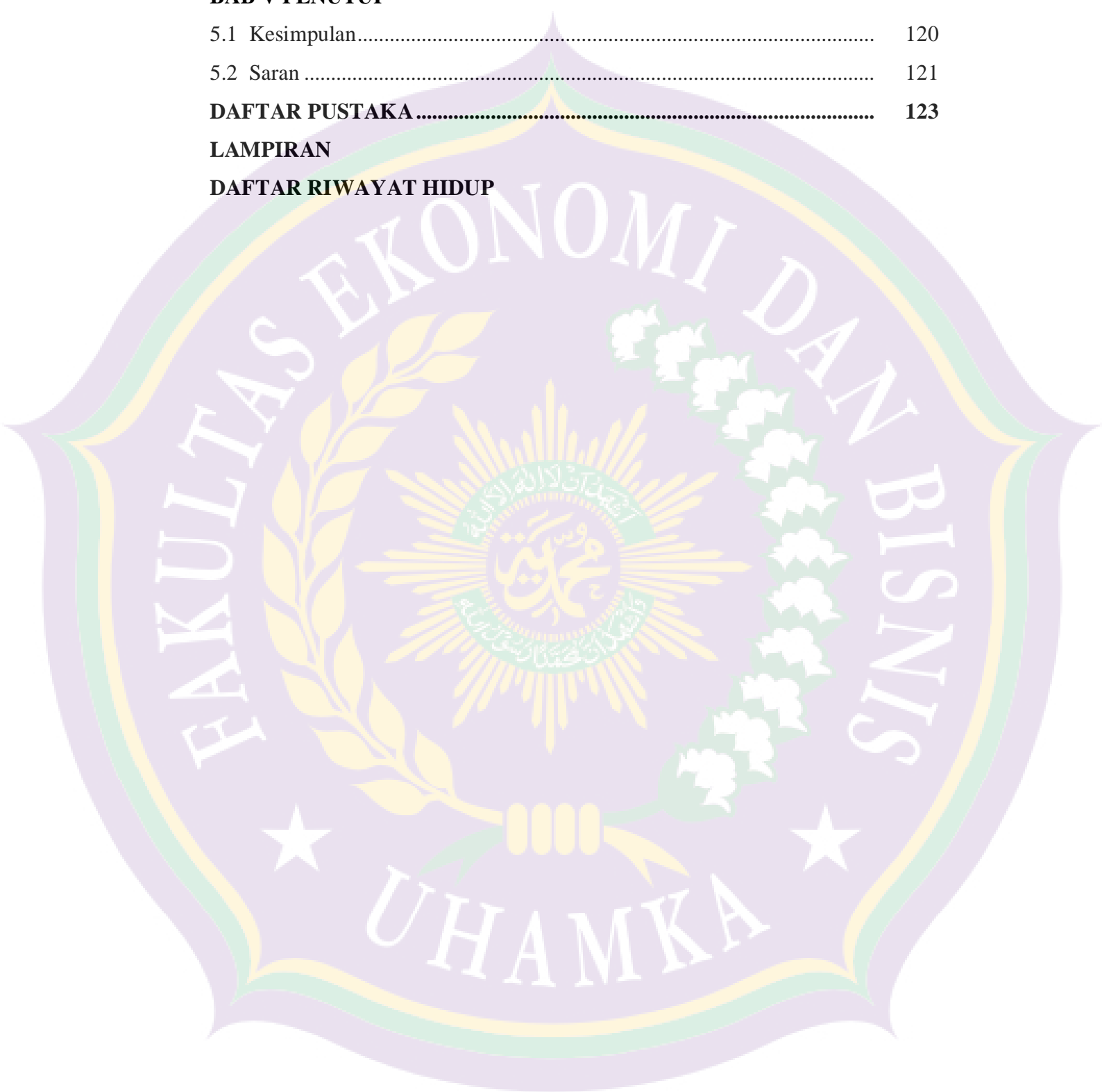
5.1 Kesimpulan..... 120

5.2 Saran ..... 121

**DAFTAR PUSTAKA ..... 123**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Gambaran Penelitian Terdahulu .....	15
2.	Operasionalisasi Variabel .....	45
3.	Bobot Nilai Penggunaan Skala Likert .....	50
4.	Kriteria Persentase Tanggapan Responden .....	54
5.	Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi .....	58
6.	Interval Koefisien Tingkat Hubungan Linier .....	60
7.	Usia Responden.....	65
8.	Jenis Kelamin Responden.....	66
9.	Pendidikan Terakhir Responden .....	67
10.	Pekerjaan Responden .....	68
11.	Penghasilan Responden .....	69
12.	Produk yang ditawarkan disetiap lini toko beraneka ragam.....	70
13.	<i>Food Court</i> Wiki Wiki Wok mempunyai lini produk yang lengkap	70
14.	Produk yang dijual disetiap lini toko di Wiki Wiki Wok lengkap...	71
15.	Produk yang dijual di <i>Food Court</i> Wiki Wiki Wok banyak .....	71
16.	Jenis Produk yang ditawarkan bervariasi .....	72
17.	Produk yang tersedia sangatlah lengkap.....	73
18.	Konsumen dimudahkan untuk mendapatkan produk yang diinginkan .....	73
19.	Produk yang dijualkan selalu tersedia .....	74
20.	Indikator keragaman produk.....	74
21.	Kombinasi warna pada makanan yang disajikan menarik konsumen	75
22.	Kombinasi warna pada minuman yang disajikan menarik konsumen	76
23.	Penampilan makanan yang disajikan bersih.....	76
24.	Penampilan minuman yang disajikan bersih .....	77
25.	Penampilan makanan menarik konsumen .....	78
26.	Penampilan minuman menarik konsumen.....	78

27. Porsi makanan sesuai dengan keinginan konsumen .....	79
28. Konsumen bisa memesan sesuai dengan porsi yang diinginkan.....	79
29. Makanan yang disajikan bentuknya menarik konsumen .....	80
30. Kemasan minuman yang disajikan bentuknya menarik konsumen .	81
31. Makanan yang disajikan suhunya sesuai dengan keinginan konsumen.....	81
32. Minuman yang disajikan suhunya sesuai dengan keinginan konsumen.....	82
33. Jenis makanan yang dipesan memiliki tekstur yang sesuai dengan keinginan konsumen .....	83
34. Jenis minuman yang dipesan memiliki tekstur yang sesuai dengan keinginan konsumen .....	83
35. Aroma makanan yang disajikan menarik konsumen .....	84
36. Aroma minuman yang disajikan menarik konsumen.....	84
37. Jenis makanan yang dipesan memiliki tingkat kematangan yang sesuai dengan keinginan konsumen .....	85
38. Konsumen dimudahkan dalam menentukan tingkat kematangan yang disajikan.....	86
39. Makanan yang disajikan rasanya sesuai dengan keinginan konsumen.....	86
40. Minuman yang disajikan rasanya sesuai dengan keinginan konsumen.....	87
41. Indikator kualitas produk.....	87
42. Konsumen membeli karena produk yang ditawarkan bervariasi .....	89
43. Konsumen membeli karena kualitas produk yang ditawarkan bagus	90
44. Konsumen membeli karena citra <i>Food Court</i> Wiki Wiki Wok bagus	90
45. Konsumen membeli berdasarkan kepopuleran <i>Food Court</i> Wiki Wiki Wok.....	91
46. Konsumen membeli produk karena tempatnya yang strategis.....	91
47. Konsumen dimudahkan membeli delivery order .....	92
48. Konsumen banyak membeli produk <i>Food Court</i> Wiki Wiki Wok..	93
49. Konsumen dimudahkan membeli produk yang diinginkan karena banyaknya produk yang ditawarkan di <i>Food Court</i> Wiki Wiki Wok	93
50. Konsumen membeli pada saat weekday .....	94

51.	Konsumen membeli pada saat weekend.....	95
52.	Konsumen membeli pada hari libur.....	95
53.	Konsumen membeli pada saat <i>Food Court</i> Wiki Wiki Wok mengadakan promosi.....	96
54.	Banyaknya cara metode pembayaran yang dimiliki <i>Food Court</i> Wiki Wiki Wok.....	96
55.	Konsumen dimudahkan pembayarannya melalui cash.....	97
56.	Konsumen dimudahkan pembayarannya melalui kartu kredit.....	98
57.	Indikator Keputusan pembelian.....	98
58.	Uji Validitas keragaman produk.....	100
59.	Uji Validitas kualitas produk.....	101
60.	Uji Validitas keputusan pembelian.....	102
61.	Uji Reliabilitas.....	103
62.	Hasil Uji Reliabilitas.....	103
63.	Hasil Statistik Deskriptif.....	104
64.	Hasil Uji Normalitas.....	105
65.	Hasil Uji Autokorelasi.....	109
66.	Hasil Regresi Linier Berganda.....	111
67.	Koefisien korelasi parsial keragaman produk.....	112
68.	Koefisien korelasi parsial kualitas produk.....	113
69.	Hasil koefisien korelasi berganda.....	114
70.	Hasil koefisien determinasi.....	114
71.	Hasil Uji statistik t.....	115
72.	Hasil Uji statistik F.....	117

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Tahap keputusan pembelian .....	36
2.	Kerangka pemikiran teoritis .....	41
3.	<i>Normal P-Plot of regression standardized residual</i> .....	106
4.	Heteroskedastisitas .....	108



## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner .....	1/33
2.	Data Kuesioner .....	6/33
3.	<i>Output</i> Data SPSS .....	18/33
4.	Tabel <i>Durbin Watson</i> (137-180) .....	26/33
5.	Tabel t (df =161-181).....	27/33
6.	Tabel f (156-179) .....	28/33
7.	Formulir Pengajuan Judul Skripsi .....	29/33
8.	Formulir Pengajuan Persetujuan Judul Skripsi .....	30/33
9.	Surat Tugas .....	31/33
10.	Catatan Konsultasi Pembimbing I .....	32/33
11.	Catatan Konsultasi Pembimbing II .....	33/33

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Di era sekarang ini, persaingan di dunia kuliner ini semakin ketat. Selain rasa masakan, kualitas pelayanan, aneka ragam masakan yang di sajikan juga menjadi hal yang sangat dibutuhkan demi nama baik rumah makan tersebut. Hal tersebut bisa kita lihat dari banyaknya rumah makan yang menyuguhkan berbagai pilihan jenis makanan. Banyaknya rumah makan di era sekarang ini menyebabkan persaingan dalam hal kuliner semakin ketat serta menuntut para pelaku bisnis kuliner untuk menjadi penyedia jasa yang baik agar bisa memaksimalkan keuntungan perusahaan.

Bisnis kuliner menjadi salah satu yang paling menjanjikan dan tak pernah sepi, sehingga wajar saja jika banyak orang melirik bisnis yang satu ini. Bagi yang baru akan terjun ke dunia usaha, bisnis kuliner ini tentu menjadi salah satu yang paling layak untuk dipertimbangkan. Ada banyak jenis bisnis kuliner yang bisa dijadikan pilihan, seperti bisnis gorengan, kebab, minuman cokelat, jus, pecel lele, ketoprak, lotek, kue pukis, dan yang lainnya. Selain modal, ada hal lain yang harus diperhatikan agar bisnis kuliner Anda bisa sukses. Di tengah persaingan yang ketat di dunia kuliner, selain harus bisa mengelola dengan baik, Anda juga harus memperhitungkan dari awal langkah apa saja yang perlu dipertimbangkan sebelum mendirikan bisnis kuliner tersebut. (Mansur, 2018)

Wisata di Indonesia kurang lengkap rasanya bila kita tidak melakukan wisata kuliner, dimana ada banyak tempat wisata kuliner yang menjajikan makanan khas tradisional hingga modern yang terdapat di Indonesia. Dengan mengunjungi daerah di Indonesia, kita akan banyak tahu kuliner khas asli daerah tersebut dengan berbagai corak warna dan rasa yang menghiasi beragam nama dan bentuk yang mengundang selera makan kita pada saat melakukan wisata kuliner Indonesia. Kuliner Indonesia merupakan perwujudan beragam tradisi budaya yang berasal dari kepulauan Nusantara yang memegang tempat penting dalam budaya nasional Indonesia secara umum. Dan dari pengalaman Direktori Wisata Indonesia, hampir seluruh masakan Indonesia kaya dengan bumbu yang berasal dari rempah-rempah seperti kemiri, cabai, temu kunci, lengkuas, jahe, kencur, kunyit, kelapa, dan gula aren. (Direktori Wisata, 2016)

Secara sepintas, pengertian wisata kuliner ini sebagai jalan-jalan yang tujuannya untuk makan. Meski konteks wisata kuliner menimbulkan beberapa pro dan kontra karena penggunaan kata 'wisata' yang dimanfaatkan bersamaan dengan kata kuliner dirasa kurang tepat, bagi beberapa pihak yang bergelut di bidang bahasa. Terlepas dari itu, masyarakat sudah sangat familiar dengan istilah ini dalam kehidupan mereka. Definisi Mengenai Kuliner, Kuliner adalah suatu bagian dari hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari – hari. kuliner jua dapat di artikan selaku hasil olahan yang berupa masakan. dan juga masakan tersebut berupa lauk – pauk, makanan / panganan beserta minuman. Berdasarkan pengertian wisata kuliner itu, Anda yang memiliki hobi jalan-jalan dan makan sangat cocok untuk melakukan kegiatan ini. Bila Anda doyan makan,

pasti Anda akan berusaha mencicipi makanan yang baru. Entah rasa makanan yang lebih sedap, inovasi makanan yang jadi baru, mencicipi cita rasa yang masih ‘perawan’ di lidah, atau makan sambil menikmati city view dari restoran yang dikunjungi, bisa menjadi kesenangan tersendiri. Terlebih ciri khas orang Indonesia yang suka mencoba hal baru, termasuk makanan. Selain itu, Indonesia yang juga disebut sebagai surga kuliner di dunia. Kedua hal itu merupakan kombinasi yang sempurna dalam industri perkulineran di tanah air. Tentu para pebisnis di bidang pemuas perut dan dahaga terus berlomba-lomba menangkap pasar di tanah air yang menggiurkan. Mungkin, Anda pun sudah terkena rayuannya. (Jordan, 2015)

Sekarang ini banyak sekali rumah makan yang menyediakan makanan luar negeri seperti jenis makanan *steak*, *pizza*, dsb. Namun tak ketinggalan pula makanan khas tradisional dari berbagai daerah di Indonesia seperti Soto, sate, sayur asem, dsb. Karena banyaknya permintaan dari konsumen yang terus menerus selalu memanjakan perutnya dengan datang kerumah makan, maka dari itu timbul lah salah satu konsep tempat makan yang terdiri dari *counter-counter* makanan yang menawarkan beraneka ragam produk yang bervariasi dan biasa disebut *food court*.

*Food Court* merupakan sebuah tempat makan yang terdiri dari counter-counter makanan yang menawarkan aneka menu yang bervariasi. *Food Court* adalah area makan yang terbuka dan bersifat informal. Area ini biasanya terdapat di mall-mall atau pusat perbelanjaan, perkantoran modern, universitas, atau sekolah-sekolah yang modern. Pemilik gedung biasanya mempekerjakan beberapa orang yang bertugas untuk mengelola dan menjalankan *Food Court* di gedung

miliknya. Untuk mengelolanya, pemilik gedung juga bisa memberikan penawaran kepada sebuah perusahaan pengelolaan properti yang berpengalaman dalam mengelola food court.

Selain mampu untuk menarik perhatian banyak pelanggan, *Food Court* juga bisa menjadi salah satu ajang untuk membuka pusat keramaian yang sangat efektif. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk membuka food court. (Arsitag, 2015)

Untuk saat ini *Food Court* cukup banyak didirikan di berbagai lokasi, seperti halnya di mall, di tempat rekreasi, di kawasan perkuliahan, perkantoran dan tempat lainnya. Banyaknya masyarakat yang berkunjung ke *Food Court* itu disebabkan karena aneka ragam makanan yang disajikan bervariasi. Disini konsumen bisa memilih makanan apa saja yang mereka inginkan sehingga lebih menyenangkan. Hingga pada umumnya *Food Court* semacam ini tidak pernah sepi oleh para pembeli yang datang terutama berlokasi di area rekreasi semacam mall atau lainnya.

Dengan banyaknya para konsumen yang datang ke tempat ini tentu saja kita harus bisa menentukan lokasi yang bagus untuk melancarkan bisnis kita, seperti halnya di tempat rekreasi yang memiliki kelebihan seperti ramainya pengunjung di hari libur, namun kekurangannya konsumen akan menurun ketika di hari kerja. Sedangkan apabila di daerah perkuliahan ataupun perkantoran, di hari kerja lebih banyak pengunjungnya ketimbang di hari libur.

Konsep *Food Court* bisa dijalankan oleh pengelola yang nggak biasa masak sekalipun. Untuk di wilayah perkotaan *Food Court* menjadi salah satu ajang untuk



membuka pusat keramaian yang sangat efektif. Selain itu *Food Court* juga menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian pelanggan. Salah satunya yaitu *Food Court* wiki wiki wok yang merupakan project bisnis kuliner pertama dari PT. Wijaya Karya Realty yang lokasinya berada di Cawang satu gedung dengan *Best Western Premier Hotel*.

*Food Court* ini dibuka sejak Juni 2014 lalu, berdekatan waktunya dengan pembukaan penerbangan komersial di Bandar Udara Halim Perdana Kusuma. Menurut Arisman, nama Wiki wiki wok itu diambil dari bahasa Hawaii, yaitu gabungan dari kata “Wiki Wiki” yang berarti cepat, dan kata “wok” yang berarti wajan penggorengan. Jika kata itu digabungkan dan masuk ke konsep *food court*, maknanya menjadi masakan cepat saji. Resto ini menyajikan menu yang cukup komplit, dari western menu seperti *steak* dan *pasta*, menu Asia seperti *Bulgogi*, *bibim bab*, *sushi* dan *ramen*, hingga menu tradisional Indonesia seperti gudeg, soto dan rica-rica khas Manado. Total ada 13 *tenant* besar yang ada disini, diantaranya Iga Bakar NW Ribs, *Sushisaki*, Kopi Oei, *Hebaragi* dengan menu Korea, *Al Dente* yang menghadirkan menu Italia, Mie Aceh Meulaboh, Gudeg Mbok Hu-Ha, Nasi Goreng Babat Gongso khas Semarang, dan Woku Deng Rica Rica. (Wartakota, 2016)

*Food Court* ini sangat banyak menyajikan beragam jenis menu agar konsumen bisa dengan mudah mendapatkan apa yang diinginkan. Karena melihat perkembangan saat ini dalam segi wisata, makanan pun jadi salah satu incaran wisatawan untuk menikmati sajian dari beragam jenis rumah makan. Karena semakin banyak keinginan konsumen maka para pelaku bisnis dibidang kuliner

harus bisa mengembangkan bisnisnya tersebut dengan cara berinovasi atau mengembangkan strategi demi dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Menurut Kotler dan Keller Semakin beragamnya produk yang dihasilkan dan ditawarkan kepada konsumen dapat memudahkan para konsumen dalam memutuskan pembelian. Keragaman Produk ini bisa berjalan apabila suatu perusahaan dapat berinovasi dalam menciptakan suatu produk baru yang telah dihasilkannya. (Kotler dan Keller, 2009)

Sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian, konsumen tidak hanya melihat dari keragaman produknya saja tetapi dilihat juga dari kualitas produknya seperti tingkat kenyamanannya, jangka waktu penyajian dan produk yang diberikan sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong Produk yang memiliki karakter dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya menjadikan keunggulan dalam kualitas produk yang dimiliki. Tingkatan suatu produk dalam memenuhi nilai dan fungsinya. Baik atau buruknya suatu produk akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan suatu pembelian, sehingga pelaku bisnis dituntut untuk menciptakan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen atau selera konsumen. (Kotler dan Amstrong, 2014)

Sebuah perusahaan yang mempunyai aneka ragam produk dan kualitas produk yang bagus dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dan jika perusahaan yang tidak mempunyai kreativitas dalam menciptakan produk baru akan menghadapi resiko penurunan penjualan. Keputusan konsumen dalam hal pembelian sangat berpengaruh terhadap

kelangsungan aktivitas penjualan perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong keinginan dan kepuasan konsumen itu menjadi salah satu hal dalam melakukan keputusan pembelian. (Kotler dan Amstrong, 2016)

Keragaman produk dan kualitas produk sama-sama memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini sama dengan hasil penelitian sebelumnya yakni Dewi dan Wihansidarko (2018) ; Setianingsih (2016) ; Mardiana (2019), yang memiliki hasil penelitian bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun disisi lain ada hasil penelitian yang memiliki pengaruh negatif diantaranya yaitu Pandensolang dan Tawas (2015) ; Rispitawati (2019) ; Rahmayani (2019).

Dari uraian di atas dan mengingat pentingnya keragaman produk dan kualitas produk sebagai upaya meningkatkan keputusan pembelian. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada *Food Court* Wiki Wiki Wok di Cawang”**.

## **1.2. Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka penelitian ini akan mengambil permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah Keragaman Produk pada *Food Court* Wiki Wiki Wok Cawang?
2. Bagaimanakah Kualitas Produk pada *Food Court* Wiki Wiki Wok Cawang?

3. Bagaimanakah Keputusan Pembelian pada *Food Court* Wiki Wiki Wok Cawang?
4. Apakah Keragaman Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada *Food Court* Wiki Wiki Wok Cawang?
5. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada *Food Court* Wiki Wiki Wok Cawang?
6. Apakah Keragaman Produk dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Food Court* Wiki Wiki Wok Cawang?

#### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Agar penulisan skripsi ini lebih terarah, terfokus dan tidak meluas , maka penulis menetapkan batasan-batasan. Untuk itu, penelitian ini dilakukan pada pembahasan Keragaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada *Food Court* Wiki Wiki Wok Cawang.

#### **1.2.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka perumusan masalah pada penulisan ini adalah Adakah pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *Food Court* Wiki Wiki Wok Cawang.

#### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada *Food Court* Wiki Wiki Wok Cawang.

2. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *Food Court* Wiki Wiki Wok Cawang.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada *Food Court* Wiki Wiki Wok Cawang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### **1. Bagi Akademik**

Diharapkan hasil dari penelitian ini sebagai bahan bacaan yang mampu menambah wawasan sehingga dapat dijadikan bahan studi banding dan acuan guna meningkatkan kualitas akademik.

##### **2. Bagi Mahasiswa**

Untuk menambah wawasan berfikir dan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran dan dapat pula sebagai bekal diri untuk memasuki dunia usaha.

##### **3. Bagi Perusahaan**

Menambah masukan bagi perusahaan yang bersangkutan khususnya di bagian pemasaran mengenai masalah kualitas produk, promosi penjualan dan minat beli konsumen sebagai tambahan wawasan dan bisa menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha skala perusahaan dalam mempertahankan Keragaman Produk dan Kualitas Produk sebagai kebijakan di bidang pemasaran

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi. Bandung : Penerbit CV. Alfabeta.
- Arsitag. (2015). *Sekilas Tentang Food Court*. Arsitag (2015).  
<https://www.arsitag.com/article/sekilas-tentang-food-court>
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Bitu, B.H., dan Amin Asodollahi. (2017). *The Effect of Brand and Quality of Goods on Purchase Decisions for Luxury Goods (Palladium Shopping Center)*. International Academic Journal of Business Management. Vol. 4, No. 2 2017. <http://iaiest.com/dl/journals/2-%20IAJ%20of%20Business%20Management/v4-i2-apr-jun2017/paper10.pdf>
- Budiantoro. (2018). *Pengaruh Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Circle K Cabang Dipatiukur Bandung*. Skripsi. Universitas Pasundan.  
<http://repository.unpas.ac.id/41556/>
- Damar, Hanada. (2019). *Pengaruh Keragaman Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-COMMERCE LAZADA.CO.ID (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan)*. Skripsi. Universitas Pasundan. <http://repository.unpas.ac.id/40724/>
- Firdausy, C.M., dan Rani Idawati. (2017). *Effect of Service Quality, Price and Promotion on Customer's Purchase Decision of Traveloka Online Airline Tickets in Jakarta, Indonesia*. International Journal of Management Science and Business Administration. Vol.3, Issue 2. January 2017. <https://researchleap.com/wp-content/uploads/2017/03/4.-Effects-of-Service-Quality-Price-and-Promotion-on-Customers%E2%80%99-Purchase-Decision-of-Traveloka-Online-Airline-Tickets-in-Jakarta-Indonesia.pdf>
- Gaman, P.M. dan KB Sherrington. (1994). *Ilmu Pangan Pengantar Ilmu Pangan Nutrisi dan Mikrobiologi*. Yogyakarta: UGM Press. New York.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program SPSS*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jones, Charles P.(2000). *Investment: Analysis and Management*, Seventh Edition. John Willey and Sons Inc.
- Jordan, Hendri. (2015). *Pengertian Wisata Kuliner*. Top Lintas.com (2015).  
<https://toplintas.com/pengertian-wisata-kuliner/>



- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Jilid 1 dan 2. Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. 15<sup>th</sup> Edition. Pearson Education.Inc.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. (2014). *Principles of Marketing*. 12<sup>th</sup> Edition. Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Liliana, Dewi dan Wihansindarko. (2018). *Pengaruh Keragaman dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen La Cherie*. JIMAT vol. 09 no 02 2018. Diunduh pada tanggal 20 Juni 2019.
- Lusiah, Hendra. (2017). *Impact of Brand Image, Product Quality and Self-Efficacy on Purchase Decisions on Private Label Right Product, An Empirical Study*. Expert Journal of Business Management. Vol. 5, Issue 2 2017. <http://business.expertjournals.com/23446781-508/>
- Mansur, Agus. (2018). *Ini Dia Kiat Sukses Bisnis Kuliner-Tingginya Persaingan*. Neraca (2018). <http://www.neraca.co.id/article/102178/ini-dia-kiat-sukses-bisnis-kuliner-tingginya-persaingan>
- Mardiana, Dwi Andika. (2019). *Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Foodbar and Coffee Restaurant Jl. Aria Jipang No.1-3 Bandung*. Skripsi. Universitas Pasundan. <http://repository.unpas.ac.id/44965/>
- Narimawati, Umi. (2010). *Metodologi Penelitian: Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi*. Jakarta:Genesis.
- Nazar, Saeful. (2019). *Pengaruh Keragaman Produk dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Distro Heaven (Survei pada Pengunjung Distro Heaven Trunojoyo Bandung)*. Skripsi. Univeritas Pasundan. <http://repository.unpas.ac.id/41556/>
- Pandensolang, J.D., dan Hendra, N.T. (2015). *Pengaruh Diferensiasi Harga, Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado*. EMBA vol.03 no 03 2015. Diunduh pada tanggal 23 Juni 2019.
- Pandensolang, Josiel Driand dan Hendra Novi Tawas. (2015). *Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola Pada Pt. Bangun Wenang Beverges Company di*

- Manado. Skripsi. Universitas Sam Ratulangi Manado. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/10117>
- Puspita, Maya. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Octopus Project di Bandung*. Skripsi. Universitas Pasundan. <http://repository.unpas.ac.id/40794/>
- Rahmayani dan Irwinda Amelita. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Toko Tong Hien Semarang)*. Skripsi. Universitas Stikubank Semarang. <http://eprints.unisbank.ac.id/5773/>
- Rispitawati, Reny. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Good Day Pada Masyarakat Di Desa Sumberdadi Kecamatan Sumbergempol*. Skripsi. Universitas IAIN Tulung Agung. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13205/>
- Sejati, Kusuma Indra. (2016). *Wisata Kuliner Indonesia*. Direktori Wisata (2016). <https://direktori-wisata.com/wisata-kuliner-indonesia/>
- Setiabudi, Agung. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Distro Hustle Bandung)*. Skripsi. Universitas Pasundan. <http://repository.unpas.ac.id/37485/>
- Setianingsih, Nur fajar. (2016). *Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk, Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta)*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. [http://eprints.uny.ac.id/29880/1/NurfajarSetianingsih\\_13808145003.pdf](http://eprints.uny.ac.id/29880/1/NurfajarSetianingsih_13808145003.pdf)
- Stanton, William J. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid 1. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian dan Pengembangan : Reach and Development : Untuk Bidang : Pendidikan, Manajemen, Sosial, Teknik*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto dan Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : In media.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta : Andi.

- Wartakota. (2016). *Yuk, Nongkrong Asyik di Food Court Bertema Vintage*. Wartakota. Senin. 16 Mei 2016.  
<http://wartakota.tribunnews.com/2016/05/16/yuk-nongkrong-asyik-di-food-court-bertema-aviation-vintage>
- West B.B, Wood L, and Harger V.P. (2006). *Food Service In Institutions*. John Willey and sons Inc.
- Yulianda, Siska dan Tati Handayani. (2015). *The Effect of Two Aspects Quality Products and Consumers Psychology Toard the Purchase Decisions of Samsung Mobile Phone*. *Mediterranean Journal of Social Science*. Vol. 6, No. 5 S5. October 2015.  
[https://www.researchgate.net/publication/283525688\\_The\\_Effect\\_of\\_Two\\_Aspects-Quality\\_Products\\_and\\_Consumers\\_Psychology\\_-\\_Toward\\_the\\_Purchase\\_Decisions\\_of\\_Samsung\\_Mobile\\_Phone](https://www.researchgate.net/publication/283525688_The_Effect_of_Two_Aspects-Quality_Products_and_Consumers_Psychology_-_Toward_the_Purchase_Decisions_of_Samsung_Mobile_Phone)