

Analisis Komparasi Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus Café Dejavu Ngagel Surabaya dan Café Rolag Kayoon Surabaya)

Nama : Silvi Syahrul Ulyah

Program Studi Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Untag Surabaya

ABSTRACT

One of the cafes in Surabaya is the Dejavu cafe which is located on Jl. Ngagel Jaya Selatan No.33, Pucang Sewu, Kec. Gubeng, SBY City, East Java 60283. Kedai Dejavu is one of the new players in the café business in Surabaya. one of the cafes that puts forward the concept of running its business. The location at the Dejavu Ngagel Surabaya cafe is very unique with the concept of "Contemporary Indonesia" which tries to combine the Indonesian and western atmosphere, all of which are set in the 1970s. Because Kedai Dejavu is one of the newly established cafes, it is important for Kedai Dejavu to pay attention to customer satisfaction in order to survive and thrive in this industry. The second is the Rolag café which is located on Jl. Kayoon No.6, Embong Kaliasin, Kec. Tile, City of SBY, East Java 60271. This station-style café is very crowded and has complete facilities including toilets, prayer rooms, parking lot, music, wifi. And there are also a number of foods that can be enjoyed mostly by snacks such as fried potatoes, tofu belog or tofu meatballs, and batagor. The most sought after favorite drink at Rolag Cafe is drip coffee and drip milk. One way of brewing coffee is the Vietnam Drip technique. The design of this cafe is more of something that smells of art and is characterized by access to Bali and Yogyakarta, for example from chairs and tables made of wood roots. Prices at Café Dejavu and Café Rolag have a positive and significant effect on purchasing decisions. And the location of Café Dejavu and Café Rolag has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords : Price, Location Strategy and Purchase Decision

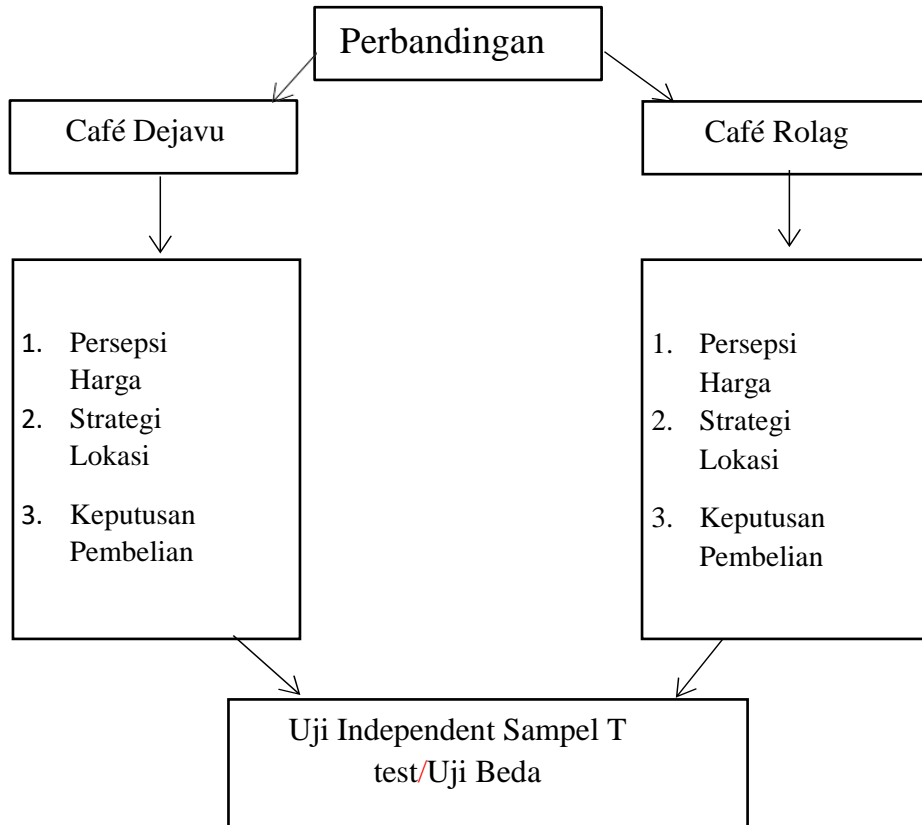
PENDAHULUAN

Di Surabaya sudah terdapat banyak sekali coffeeshop yang berdiri dengan keunikan-keunikannya masing-masing. Tetapi konsep utama dari sebuah coffeeshop itu ada 2 jenis, yang pertama adalah coffeeshop yang menyediakan kopi. Dan yang kedua adalah coffeeshop yang menyediakan kopi, the, minuman non-alcohol lainnya, dan menyediakan menu makanan yang hanya dipanaskan menggunakan oven ataupun microwave. Salah satunya café di Surabaya adalah café Dejavu yang berlokasi di Jl. Ngagel Jaya Selatan No.33, Pucang Sewu, Kec. Gubeng, Kota SBY, Jawa Timur 60283. Kedai Dejavu merupakan salah satu pemain baru dalam bisnis café di Surabaya. Café yang buka setiap hari mulai pukul 09.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB ini merupakan salah satu café yang mengedepankan konsep dalam menjalankan bisnisnya. Lokasi pada café Dejavu Ngagel Surabaya sangat unik dengan konsep “Indonesia Kontemporer” yang mencoba menggabungkan antara suasana Indonesia dan western yang semuanya berlatar belakang tahun 1970-an. Dan harga pada menu café Dejavu Ngagel Surabaya kisaran 5000 – 56000. Karena Kedai Dejavu merupakan salah satu café yang baru berdiri, maka penting bagi Kedai Dejavu untuk memperhatikan kepuasan konsumennya agar dapat bertahan dan berkembang dalam industri tersebut. Yang kedua terdapat café Rolag yang berlokasi di Jl. Kayoon No.6, Embong Kaliasin, Kec. Genteng, Kota SBY, Jawa Timur 60271. Café yang bernuansa stasiun ini sangat ramai pengunjung dan juga terdapat fasilitas lengkap termasuk Toilet, Musholla, Halaman Parkir, Music, Wifi. Harga pada menu café Rolag Kayoon Surabaya ini kisaran di bawah Rp. 50.000 /orang cukup murah bagi kalangan remaja. Cafe yang satu ini sudah cukup dikenal kalangan anak muda yang doyan ngopi bareng dan menikmati live music. Saking ramainya pengunjung, Rolag Cafe sekarang tidak hanya ada di Jl. Karah No.6 kawasan Gunungsari, tapi juga buka cabang di Jl. Khairil Anwar 15-19, hingga di Jl. A. Yani 23-27 Sidoarjo. Dan juga terdapat sejumlah makanan yang bisa dinikmati kebanyakan snack seperti kentang goreng, tahu belog atau tahu bakso, dan batagor. Untuk makanan beratnya seperti lontong sate, dan spageti. Minuman favorit yang paling diburu di Rolag Cafe adalah kopi drip dan drip susu. Salah satu cara penyeduhan kopi dengan teknik Vietnam Drip atau tetes. Tempat café ini juga ramai mahasiswa yang berkunjung karena tempat ini sangat cocok untuk nongkrong, belajar kelompok ataupun bertemu mitra bisnis. Desain cafe ini lebih banyak mengusung sesuatu yang berbau seni dan bercirikan akses Bali dan Yogyakarta, misalnya dari kursi dan meja dari akar kayu. Saya tertarik meneliti kedua café tersebut karena Lokasi atau tempat yang menarik pada masing masing café, contohnya cafe Dejavu yang berlokasi di Ngagel Surabaya mempunyai lokasi atau tempat yang unik, lokasi yang mempunyai konsep “Indonesia Kontemporer” yang mencoba

menggabungkan antara suasana Indonesia dan western yang semuanya berlatar belakang tahun 1970-an.

KERANGKA DASAR PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Kerangka Pemikiran



Sumber : Di olah penulis 2021

HIPOTESIS PENELITIAN

Ho : Tidak adanya perbedaan Harga terhadap keputusan pembelian di Café Dejavu Ngagel Surabaya dan café Rolag Kayoon Surabaya

Ha : Adanya perbedaan Harga terhadap keputusan pembelian di café Dejavu Ngagel Surabaya dan café Rolag Kayoon Surabaya

Ho : Tidak adanya perbedaan Lokasi terhadap keputusan pembelian di Café Dejavu Ngagel Surabaya dan café Rolag Kayoon Surabaya

Ha : Adanya perbedaan Lokasi terhadap keputusan pembelian di Café Dejavu Ngagel Surabaya dan café Rolag Kayoon Surabaya.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Metode yang saya gunakan pada penelitian ini kuantitatif adalah penelitian yang didasari pada asumsi, kemudian ditentukan variabel, dan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode-metode penelitian yang valid, terutama dalam penelitian kuantitatif. Jadi dimana, menjelaskan perbedaan variabel independent, terhadap variabel dependen. Penelitian komparasi adalah suatu permasalahan penelitian yang bersifat membandingkan perbedaan satu variabel atau lebih pada sample yang berbeda. Media yang di gunakan untuk penelitian ini adalah penyebaran kuesoner melalui google form untuk mengetahui hasil perbedaan harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di café Dejavu Ngagel Surabaya dan café Rolag Kayoon Surabaya.

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi

Menurut Kuncoro (2009:103), populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajari atau objek penelitian.. Dalam penelitian ini, populasi yang akan diteliti adalah konsumen yang pernah membeli makanan atau minuman di café Dejavu Ngagel Surabaya dan café Rolag Kayoon Surabaya

Sampel

Menurut Arikunto (2006: 131) Sampel adalah sebagian atau sebagai wakil populasi yang akan diteliti. Apabila penelitian yang di lakukan sebagian dari populasi maka bisa di bilang penelitian tersebut penelitian Sampel. Sebagai sampel, konsumen yang pernah melakukan pembelian makanan atau minuman di café Dejavu Ngagel Surabaya dan café Rolag Kayoon Surabaya. Jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian adalah sebanyak 100 responden Café Dejavu Ngagel Surabaya dan Café Rolag Kayoon Surabaya.

PENGUKURAN DAN INSTRUMEN PENELITIAN

Pengukuran Instrumen

Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 203) Pengertian instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam melakukan kegiatannya untuk mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi

sistematis dan dipermudah olehnya. Penyekoran dan pengukuran pada alternatif jawaban menggunakan skala Likert yang memiliki lima alternatif jawaban. Penulis membaginya dalam lima kelompok :

1. SS : Sangat Setuju skor 5
2. S : Setuju skor 4
3. KS : Kurang Setuju skor 3
4. TS : Tidak Setuju skor 2
5. STS : Sangat Tidak Setuju skor 1

DEFINISI KONSEP DAN OPERASIONAL

Definisi Konsep

Harga (X1) : Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan agar perusahaan mendapatkan keuntungan (Kotler dan Armstrong, 2010:314).

Lokasi (X2) : Lokasi adalah suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang bisa berkunjung untuk berbelanja, tempat itu berupa daerah pertokoan atau suatu stand atau counter baik didalam maupun diluar gedung. Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian karena lokasinya yang strategis, terletak di arus bisnis, dan sebagainya.

Keputusan Pembelian (Y) : Menurut Kotler & Armstrong (2014), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.

Definisi Operasional

Harga (X1)

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Lokasi (X2)

1. Kemudahan untuk mencari lokasi
2. Akses mudah ke restoran
3. Area parkir yang luas

Keputusan Pembelian (Y)

1. Kemantapan pada sebuah produk.
2. Kebiasaan dalam membeli produk.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
4. Melakukan pembelian ulang.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

a. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Dari total 100 Responden, usia yang paling banyak adalah 21-30 tahun berjumlah 60 orang dengan presentase 60%. dan yang paling sedikit adalah pada usia 41-50 tahun berjumlah 1 orang dengan presentase 1%

b. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Dari 100 Responden, jenis kelamin yang paling banyak adalah jenis kelamin Perempuan berjumlah 55 orang dengan presentase 55% dan yang paling sedikit adalah jenis kelamin Laki Laki berjumlah 45 orang dengan presentase 45%.

c. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Dari total 100 responden yang paling banyak adalah Pelajar /Mahasiswa berjumlah 64 responden dengan presentase 64%. Responden Pegawai Negeri/ABRI/BUMN berjumlah paling rendah berjumlah 1 responden dengan presentase 1%.

d. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan

Dari total 100 responden yang paling banyak Pendapatan adalah <1000.000 berjumlah 52 responden dengan presentase 52%. Responden dengan Pendapatan >5000.000 berjumlah paling rendah berjumlah 8 responden dengan presentase 8%.

Rekapitulasi Nilai Responden Cafe Dejavu

Variabel	No	Pernyataan sikap responden	Mean
Harga (X1)	1	Kesesuaian harga dengan manfaat	4,00
Lokasi (X2)	1	Area Parkir yang Luas	4,14
Keputusan Pembelian (Y)	1	Melakukan Pembelian Ulang	4,06

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa tanggapan dari responden mengenai variabel Harga di Café Dejavu Surabaya dapat dianalisis bahwa tanggapan responden memiliki mean tertinggi terdapat pada indikator keempat Kesesuaian harga dengan manfaat sebesar 4,00

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa tanggapan dari responden mengenai variabel Lokasi di Café Dejavu Surabaya dapat dianalisis bahwa tanggapan responden memiliki mean tertinggi terdapat pada indikator ketiga Area Parkir yang Luas sebesar 4,14

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa tanggapan dari responden mengenai variabel Keputusan Pembelian di Café Dejavu Surabaya dapat dianalisis bahwa tanggapan responden memiliki mean tertinggi terdapat pada indikator keempat Melakukan Pembelian Ulang sebesar 4,06.

Rekapitulasi Nilai Responden Cafe Rolag

Variabel	No	Pernyataan sikap responden	Mean
Harga (X1)	1	Kesesuaian harga dengan manfaat	3,94
Lokasi (X2)	1	Akses mudah ke restoran	4,12
Keputusan Pembelian (Y)	1	Melakukan pembelian ulang.	4,06

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa tanggapan dari responden mengenai variabel Harga pada café Rolag Kayoon Surabaya dapat dianalisis bahwa tanggapan responden memiliki mean tertinggi terdapat pada indikator keempat Kesesuaian harga dengan manfaat sebesar 3,94.

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa tanggapan dari responden mengenai variabel Lokasi pada café Rolag Kayoon Surabaya dapat dianalisis bahwa tanggapan responden memiliki mean tertinggi terdapat pada indikator kedua Akses mudah ke restoran sebesar 4,12.

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa tanggapan dari responden mengenai variabel Keputusan Pembelian pada café Rolag Kayoon Surabaya dapat dianalisis bahwa tanggapan responden memiliki mean tertinggi terdapat pada indikator keempat Melakukan pembelian ulang sebesar 4,06

ANALISIS UJI BEDA

Uji Beda

Independent Sampel T-Test (Café Dejavu Dan Café Rolag)

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Harga	Equal variances assumed	.031	.861	-.387	98	.700	-.30000	.77616	-1.84026	1.24026

	Equal variances not assumed			-.387	97.2 94	.700	- .30000	.77616	- 1.8404 0	1.24040
Lokasi	Equal variances assumed	.211	.647	.052	98	.959	.04000	.76716	- 1.4824 1	1.56241
	Equal variances not assumed			.052	97.3 90	.959	.04000	.76716	- 1.4825 3	1.56253
Keputusan_Pembelian	Equal variances assumed	.037	.848	-.446	98	.656	- .32000	.71680	- 1.7424 6	1.10246
	Equal variances not assumed			-.446	97.9 99	.656	- .32000	.71680	- 1.7424 6	1.10246

Uji Beda Varian

Berdasarkan Levene's Test for Equality of Variances pada Variabel Harga (X1) F hitung sebesar 0.031 dengan signifikansi 0.861. jadi sig 0,861 > 0.005.maka Ho diterima.

Selanjutnya pada Variabel Lokasi (X2) F hitung sebesar 0.211 dengan signifikansi 0.647 > 0.005 maka Ho diterima.

Kemudian untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y) F hitung sebesar 0.037 dengan signifikansi sebesar . maka 0.848 > 0.05 maka Ho diterima.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Harga , Lokasi dan Keputusan Pembelian antara Café Dejavu Surabaya dan Café Rolag Kayoon Surabaya memiliki varian yang sama,oleh karena itu Uji T dalam penelitian ini menggunakan Nilai Equal Varian assumed

Uji Independent Sample t tes

a. Uji beda Variabel Harga

Nilai uji beda variabel Harga yaitu $0,700 > 0,05$ maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara Café Dejavu Surabaya dan Café Rolag Surabaya.

b. Uji Beda Variabel Lokasi

Nilai uji beda variabel Lokasi yaitu $0,959 > 0,05$ maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara Café Dejavu Surabaya dan Café Rolag Surabaya.

c. Uji Beda Variabel Keputusan Pembelian

Nilai uji beda variabel Keputusan Pembelian yaitu $0,656 > 0,05$ maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara Café Dejavu Surabaya dan Café Rolag Surabaya.

Pembahasan

Setelah dilakukan penelitian dan sejumlah perhitungan dengan dibantu dari Ms. Excel dan SPSS versi 21 diatas maka dapat disimpulkan inti-inti dari hasil perhitungan data diatas guna mempermudah membaca data yang disajikan, yaitu sebagai berikut:

a. Perbedaan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Café Dejavu dan Café Rolag

Penetapan harga sebenarnya merupakan masalah yang sangat rumit dan sulit, karena dalam penetapan harga akan melibatkan tujuan dan pengembangan struktur penetapan harga yang tepat. Penetapan tingkat harga biasanya dilakukan dengan beberapa pertimbangan serta mencermati faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penetapan harga, termasuk keputusan terhadap perubahan harga agar diterima pasar. Tindakan yang harus dipertimbangkan adalah Estimasi permintaan dan estimasi harga, mengantisipasi reaksi persaingan, pangsa pasar yang dapat diharapkan, dan kebijakan pemasaran.

Keputusan tentang harga yang baik adalah apabila mampu mencerminkan seluruh kepentingan perusahaan.

Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dari variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian maka hipotesis diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa Harga memiliki perbedaan yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Café Dejavu dan Café Rolag. Harga produk yg ditawarkan di Dejavu Ngagel Jaya Surabaya sangat terjangkau. Dan Harga di Café Rolag Kayoon Surabaya memenuhi harapan para konsumen. Harga produk di Café Rolag Kayoon Surabaya dan Café Dejavu Ngagel Surabaya bervariasi. Jadi dapat disimpulkan semakin terjangkau, murah, dan bervariasi harga yang ditawarkan di Café Dejavu dan Café Rolag maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian.

- Perbedaan Harga Café Dejavu

Harga perlu lebih terjangkau lagi pada produk yang dijual dan juga harga dapat memenuhi harapan para konsumen.

- Perbedaan Harga Café Rolag

Harga sebaiknya lebih sesuai dengan produk yg ditawarkan dan juga harga dapat memenuhi harapan para konsumen.

b. Perbedaan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Café Dejavu dan Café Rolag

Lokasi yang strategis dimana banyak calon pembeli, dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, mudah dilihat konsumen dan lokasi yang banyak dilalui dan dihuni target konsumen yang berpotensi membeli produk atau jasa yang dijual. Lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi sehingga usahanya dapat bertahan. Dan yang terakhir, apabila nilai lokasi memburuk akibat perubahan lingkungan yang dapat terjadi setiap waktu, mungkin saja usaha tersebut harus dipindahkan atau ditutup. Kemudahan mencapainya menyangkut transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen (Nugroho dan Paramita, 2009).

Hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dari variabel Lokasi terhadap Keputusan Pembelian maka hipotesis diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa Lokasi memiliki perbedaan yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Café Dejavu dan Café Rolag. Café Dejavu Ngagel Jaya Surabaya mempunyai petunjuk lokasi sehingga mudah ditemukan. Dan lahan parkir yang tersedia di Café Rolag Kayoon Surabaya sangat luas. Lokasi di Café Rolag Kayoon Surabaya dan Café Dejavu Nngagel Surabaya mudah diakses di kota Surabaya. Jadi dapat disimpulkan semakin strategis lokasi, semakin luas lahan parker café dan semakin mudah akses lokasi di Café Dejavu dan Café Rolag maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian.

- Perbedaan Lokasi Café Dejavu

Kemudian pada Lokasi perlu lebih rapi lagi dalam lahan parkir yang tersedia dan juga lebih diperluas lagi.

- Perbedaan Lokasi Café Rolag

Kemudian pada Lokasi perlu lebih rapi lagi dalam lahan parkir yang tersedia dan juga lebih strategis lagi

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang Analisis Komparasi Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus Café Dejavu Ngagel Surabaya dan Café Rolag Kayoon Surabaya). Dapat dilihat hasil identifikasi menunjukkan bahwa responden pengunjung café dejavu dan café rolag mayoritas berjenis kelamin Perempuan sebanyak 55 responden dengan presentase 55%, umur responden paling banyak berasal dari umur 21-30 tahun sebanyak 60 responden dengan presentase 60%. Pekerjaan sebagian besar adalah Pelajar/Mahasiswa sebanyak 64 responden dengan presentase 64%, untuk pendapatan <1000.000 sebanyak 52 responden dengan presentase 52%. Kemudian berdasarkan hasil analisis terbukti bahwa Harga, Strategi Lokasi berpengaruh secara parsial maupun simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian.

1. Pada Harga di café dejavu ngagel jaya Surabaya pengaruh terkuat yaitu pada indikator keempat "Harga produk di Café Dejavu Ngagel Jaya Surabaya bervariasi". Jadi hasil dari uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian maka hipotesis diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Café Dejavu dan dapat disimpulkan dapat disimpulkan semakin terjangkau, murah, dan bervariasi harga

- yang ditawarkan di Café Dejavu maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian. Harga di café dejavu masih terbilang mahal atau kurang terjangkau, maka diharuskan untuk lebih terjangkau lagi.
2. Pada Lokasi di café dejavu ngagel jaya Surabaya pengaruh terkuat yaitu pada indikator ketiga “Saya merasa lokasi di Dejavu Ngagel Jaya Surabaya sangat strategis untuk di kunjungi” Jadi hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Lokasi terhadap Keputusan Pembelian maka hipotesis diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Café Dejavu dan dapat disimpulkan semakin strategis lokasi, semakin luas lahan parkir café dan semakin mudah akses lokasi di Café Dejavu maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian.
 3. Pada Harga di café rolag kayoon Surabaya pengaruh terkuat yaitu pada indikator keempat “Harga produk di Café Rolag Kayoon Surabaya bervariasi”. Jadi hasil dari uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian maka hipotesis diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Café Rolag dan dapat disimpulkan dapat disimpulkan semakin terjangkau, murah, dan bervariasi harga yang ditawarkan di Café Rolag maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian. Harga di café rolag sudah terjangkau, maka harga yang terjangkau lebih dipertahankan lagi.
 4. Pada Lokasi di café rolag kayoon Surabaya pengaruh terkuat yaitu pada indikator kedua “Café Rolag Kayoon Surabaya mempunyai petunjuk lokasi sehingga mudah ditemukan”. Jadi hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Lokasi terhadap Keputusan Pembelian maka hipotesis diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Café Rolag dan dapat disimpulkan semakin strategis lokasi, dan semakin mudah petunjuk lokasi di Café Rolag maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

(Coffeeshop et al. 2017)Coffeeshop, Perbandingan, Noah Barn, and D. A. N. Sf.2017. “No Title.” (277).

Evelina, Nela, Handoyono DW, and Sari Listyorini. 2011. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen Telkomflexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus).” (c):203–13.

Ghazali, M. Rizwa. 2010. “ANALISIS PENGARUH LOKASI, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI (Warnet

(Warung Internet) XYZ Jl.Singosari, Kota Semarang).” 53(1):59–65.

Kartikasari, Julia Kartiksari, Agung Pujiyanto, and Ayun Maduwinarti. 2020. “Analisis Komparatif Tingkat Harga Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian.”

Larosa, Rebeka Septhani, and SU Dr Y. Sugiarto PH. 2010. “ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Warung-Warung Makan Di Sekitar Simpang Lima Semarang).” 1–25.

Nizar, Rifki Khoirun. 2011. “ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

MINYAK TANAH NON SUBSIDI (Studi Kasus Pada Pangkalan Minyak Tanah Di Jalan GOR No 129 Kudus).” (129).

Purnama, Pradana Jaka. 2011. “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Murah Di Sukoharjo).” Eprints.Undip.Ac.Id.

Rahmawati, Mega, Endro Tjahjono, and Awin Mulyati. 2020. “PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG ASELA KABUPATEN SAMPANG MADURA.” 201–6.