



PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STEAK JONGKOK KARAWANG

Widya Sela Lestari^a, Abdul Yusuf^{b,*}

^{a, b} Universitas Singaperbangsa, Jl. HS Ronggowaluyo, Teluk Jambe Timur, Karawang, Jawa Barat, Indonesia

*abdul.yusuf@fe.unsika.ac.id

Diterima: September 2019. Disetujui: November 2019. Dipublikasikan: Desember 2019.

ABSTRACT

This study aims to examine and to analyze the Influence of Food Quality and Price on the Purchase Decision on Steak Jongkok Karawang. This study is conducted by descriptive and verification method, by collecting, presenting, analyzing, and testing hypotheses, then make conclusions and suggestions. The sample in this study is 144 respondents. The result of this study There is a strong correlation between Food Quality and Price. Partially, There are influence Food Quality on the Purchase Decision influence And Price on the Purchase Decision. Simultaneously Food Quality and Price on the Purchase Decision.

Keywords: food quality; price; purchase decision.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis tentang pengaruh kualitas makanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Steak Jongkok Karawang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, yaitu: mengumpulkan, menyajikan, menganalisis dan melakukan pengujian hipotesis, serta membuat kesimpulan dan saran. Sampel pada penelitian ini berjumlah 144 responden. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat korelasi yang kuat antara kualitas makanan dan harga. Secara parsial terdapat pengaruh kualitas makanan terhadap keputusan pembelian. Dan terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh kualitas makanan dan harga terhadap keputusan.

Kata Kunci: kualitas makanan; harga; keputusan pembelian.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia saat ini semakin pesat dan telah merambah di seluruh kalangan, tidak hanya dikalangan orang tua tetapi trend bisnis juga telah merambah dikalangan anak muda. Ada banyak macam jenis bisnis diantaranya bisnis jasa, agraris, ekstraktif, industri, online, dan kuliner. Dengan banyaknya jenis bisnis yang terdapat di Indonesia maka

persaingan pun semakin ketat, perusahaan dituntut untuk melakukan perubahan dan menciptakan inovasi-inovasi terbaru yang lebih kreatif, sehingga konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan dan segala keinginan konsumen dapat terpenuhi. Bisnis makanan dan minuman atau bisnis kuliner merupakan bisnis yang sedang banyak digandrungi oleh para pengusaha. Bisnis makanan dan minuman merupakan

usaha yang menjanjikan. Bisnis ini tidak hanya menyediakan makanan dan minuman yang berasal dari Indonesia saja tetapi saat ini banyak bisnis makanan dan minuman yang berasal dari luar negeri. Contohnya seperti dari Amerika, Jepang, China, Korea dan lain-lain. Industri makanan dan minuman diproyeksi masih menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional pada tahun depan. Peran penting sektor strategis ini terlihat dari kontribusinya yang konsisten dan signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) industri non migas serta peningkatan realisasi investasi (Kemenperin.go.id). Bisnis kuliner saat ini semakin meningkat dan menjadi trend di kalangan masyarakat mulai dari bisnis kuliner kecil, menengah hingga skala besar. Karawang merupakan salah satu kota yang mempunyai jumlah penduduk kurang lebih 2.295.778 pada tahun 2016. Kota Karawang mengalami pertumbuhan yang cukup pesat baik pertumbuhan ekonomi ataupun bisnis, dapat dilihat dari banyaknya jumlah tempat perbelanjaan, bangunan-bangunan tinggi, restoran-restoran, dan juga kawasan industri. Dalam perkembangan dunia bisnis yaitu salah satunya bisnis kuliner, Karawang mempunyai banyak tempat kuliner kekinian yang banyak diminati oleh masyarakat salah satunya bisnis kuliner berbasis kafe. Steak Jongkok Karawang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan makanan (restoran/kafe). Steak Jongkok Karawang menjadi usaha makanan pertama dan satu-satunya di kota Karawang yang mengolah daging menjadi steak dengan inovasi tingkat kepedasan dalam penyajiannya. Steak Jongkok Karawang juga memiliki pusat pemasaran yang terintegrasi dalam satu kawasan Galuhmas Karawang. Steak Jongkok Karawang dibentuk untuk menjadi solusi bagi masyarakat Karawang khususnya untuk dapat menyantap hidangan steak dengan harga yang terjangkau dan dengan cita rasa yang berbeda dari biasanya. namun demikian, data penjualan Steak Jongkok

Karawang pada tahun 2017 mengalami fluktuasi. Apabila fenomena tersebut dibiarkan ditengah persaingan usaha yang semakin tinggi maka dikhawatirkan akan terus terjadi penurunan kunjungan. Turunnya tingkat kunjungan ke Steak Jongkok mengindikasikan lemahnya keputusan pembelian. Pada dasarnya setiap konsumen memiliki kemampuan yang berbeda pada saat mengambil keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil oleh konsumen dalam memilih produk atau jasa sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen. Menurut Kotler & Keller (2009:190), keputusan pembelian yaitu konsumen membentuk preferensi antarmerek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam melakukan keputusan pembelian biasanya konsumen akan memilih makanan yang terbaik untuk dikonsumsi. Kualitas makanan merupakan peranan penting untuk konsumen dalam memutuskan pembelian dengan melihat sisi bentuk warna, rasa, dan lainnya. Selain kualitas makanan, harga pun menjadi pengaruh dalam melakukan keputusan pembelian. Harga merupakan jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk.

Menurut Feigenbaum dalam Nasution (2015:2), kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk. kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar (Kotler dan Armstrong, 2009:272). Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Menurut Potter dan Hotchkiss (1995:90-115) dalam Fiani dan Japarianto (2012:1) *food quality* adalah

karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen. Ini termasuk dalam faktor eksternal seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan, rasa.

Adapun dimensi Kualitas Makanan menurut Pantelidis, Lockwood dan Peter Alcott (2018:27) menyatakan terdapat tujuh dimensi kualitas produk makanan yaitu:

1. Porsi (*Portion*)
Dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut *Standard Portion Size*.
2. Rasa (*Taste*)
Titik perasa dilidah ada manis, asam, asin, pahit.
3. Tekstur
Tekstur pada makanan biasanya halus atau tidak, cair atau padat, keras atau lembut, kering atau lembab.
4. Aroma
Reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum menikmati makanan.
5. Warna
Warna dari bahan makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa supaya tidak terlihat pucat, karena kombinasi warna mempengaruhi selera makan konsumen.
6. Temperatur
Temperatur pada makanan yang disajikan harus sesuai. Karena temperatur dapat mempengaruhi rasa makanan.
7. Penyajian
Dalam penyajian makanan, kesegaran dan kebersihan dari makanan yang disajikan akan mempengaruhi penampilan dari makanan itu sendiri.

Pengertian harga menurut Fandy Tjiptono (2015:291) menyatakan bahwa, harga merupakan alat atau wahana langsung untuk melakukan perbandingan antar produk atau merek yang saling bersaing. Menurut Buchari Alma (2011:169) berpendapat bahwa, harga adalah sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Menurut Kotler dan Armstrong (2009:58), harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa, atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Adapun menurut Schiffman dan Kanuk (2007:173) dalam Iskandar (2017:28) terdapat dua dimensi pengukuran harga, yaitu :

1. Harga yang dipersepsikan (*Perceived Price*)
Yaitu persepsi pelanggan terhadap harga yang diterima, apakah tinggi, rendah atau adil.
2. Harga yang direferensikan (*Reference Price*)
Yaitu referensi dari pelanggan sebagai dasar perbandingan untuk menilai.

Menurut Kotler dan Keller (2009:190), keputusan pembelian yaitu konsumen membentuk preferensi antarmerek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai. Pada dasarnya, keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil oleh seorang calon pembeli yang menyangkut kepastian akan membeli atau tidak (Kotler dan Armstrong, 2009:204). Menurut Widjaja dan Rahmat (2017:72) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen dalam memilih atau menentukan produk untuk mencapai kepuasan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Adapun menurut Kotler dan Keller (2009:178) terdapat dimensi Keputusan Pembelian:

1. Pilihan Produk
2. Pilihan Merek
3. Pilihan Penyalur
4. Jumlah Pembelian
5. Waktu Pembelian
6. Metode Pembayaran

Penelitian yang dilakukan oleh Sari et al. (2017) dengan judul pengaruh kualitas makanan, pelayanan, harga dan suasana restoran terhadap keputusan pembelian menyatakan bahwa kualitas makanan

berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Yani dan Febi (2017) dengan judul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di rumah makan kampoeng kabupaten bandung menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada steak jongsok karawang.

METODE PENELITIAN

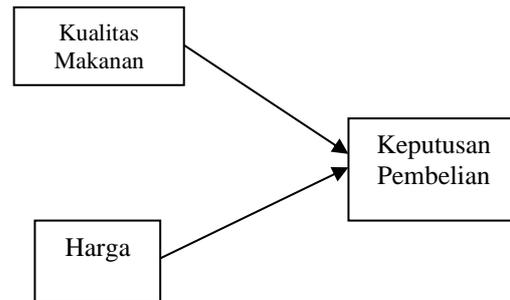
Penelitian ini dilakukan pada Steak Jongsok Karawang. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei dan menggunakan data primer.

Populasi menurut Sugiyono (2016:80) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Steak Jongsok Karawang sebanyak 226 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dari perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin dapat diketahui jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 144 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling incidental*.

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan verifikatif. Dengan teknik Analisis Regresi Linier Berganda. Analisa regresi adalah prosedur statistik untuk menganalisa korelasi antara *variable dependen* dan *variable independen*.

Kerangka pikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Hasil identifikasi responden penelitian dapat dilihat pada tabel 1. berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Data Deskriptif	Keterangan	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Pria	21	14,6%
	Wanita	123	85,4%
Usia	17-20 tahun	39	27,1%
	21-25 tahun	93	64,58%
	26-30 tahun	6	4,16%
	31-35 tahun	1	0,69%
	>35	5	3,47%
Pendidikan	SD	0	0%
	SMP	10	6,94%
	SMA	106	73,61%
	D3	6	4,17%
	S1	19	13,2%
	S2	0	0%
	Lainnya	3	2,08%
Pekerjaan	Pelajar	16	11,11%
	Mahasiswa	79	54,86%
	Karyawan Swasta	40	27,78%
	PNS	1	0,69%
	Wiraswasta	2	1,39%
	Petani	0	0
Penghasilan	Lainnya	6	4,17%
	1.000.000 - 3.000.000	89	61,81%
	3.100.000 - 5.000.000	40	27,78%
	>5.000.000	15	10,41%

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berdasarkan jenis kelamin yang dipilih adalah wanita dengan jumlah 123 orang. Adapun data deskriptif berdasarkan usia responden, bahwa sebagian besar responden berusia 21-25 tahun dengan jumlah 93 orang. Selanjutnya data deskriptif responden berdasarkan pendidikan terakhir yang ditempuh responden, bahwa sebagian besar responden berpendidikan terakhir SMA

dengan jumlah 106 orang. Dan adapun data deskriptif mengenai pekerjaan responden, bahwa sebagian besar responden pekerjaannya adalah mahasiswa dengan jumlah 79 orang. Sedangkan data deskriptif responden mengenai penghasilan, sebagian besar responden berpenghasilan sebesar Rp.1.000.000-Rp.3.000.000 dengan jumlah 89 orang.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Dalam bagian ini disajikan hasil statistik mengenai pengaruh Kualitas Makanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian, dengan hasil penelitian yang telah diolah oleh SPSS dengan analisis regresi linier berganda secara parsial dan simultan.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.561	.184		3.053	.003
	Kualitas Makanan	.650	.068	.665	9.533	.000
	Harga	.155	.070	.155	2.228	.027

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan Tabel 2. menunjukkan uji regresi linier berganda. Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil uji regresi berganda di atas dalam persamaan regresi bentuk standard adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,561 + 0,665X_1 + 0,155X_2$$

Persamaan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi variabel kualitas makanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Koefisien regresi untuk X_1 sebesar 0,665 dan bertanda positif dengan signifikansi 0,000. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan perubahan nilai kualitas makanan akan memberikan peningkatan skor sebesar 0,665.

2. Koefisien regresi variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Koefisien regresi untuk X_2 sebesar 0,155 dan bertanda positif dengan signifikansi 0,027. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan perubahan nilai harga akan memberikan peningkatan skor sebesar 0,155.

Berdasarkan persamaan dan keterangan di atas dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat adalah variabel kualitas makanan sebesar 0,665. Lalu diikuti oleh variabel harga sebesar 0,155.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada penelitian ini dapat diketahui dengan melihat nilai R Square pada hasil perhitungan statistik oleh SPSS seperti yang ditunjukkan pada tabel 3. berikut:

Tabel 3. Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.600	.594

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Makanan

Sumber: Hasil Pengolahan data SPSS

Tabel 3. menunjukkan hasil uji Koefisien Determinasi (R^2). Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai R square = 0,600. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas makanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 60%, sedangkan sisanya yaitu 40% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial pada penelitian ini dapat diketahui dengan melihat nilai T pada hasil perhitungan statistik oleh SPSS pada Tabel

2 di atas. Berikut penjelasan nilai T pada tabel 2.

1) Uji hipotesis secara parsial Kualitas Makanan Terhadap Keputusan Pembelian

Dapat dilihat bahwa nilai sig. (0,000) < α (0,05) dan t_{hitung} (9,533) > t_{tabel} (1.655) maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Makanan (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan keterangan sebagai berikut:

- a. $H_0 : pyx_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh parsial antara Kualitas Makanan terhadap Keputusan pembelian.
 - b. $H_1 : pyx_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh parsial antara Kualitas Makanan terhadap Keputusan Pembelian.
- 2) Uji hipotesis secara parsial Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Dapat dilihat bahwa nilai sig. (0,027) < α (0,05) dan t_{hitung} (2.228) > t_{tabel} (1.655) maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Harga (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan keterangan sebagai berikut:

- 1) $H_0 : pyx_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh parsial antara Kualitas Makanan terhadap Keputusan pembelian.
- 2) $H_1 : pyx_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh parsial antara Kualitas Makanan terhadap Keputusan Pembelian.

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) pada penelitian ini dapat diketahui dengan melihat nilai F pada hasil perhitungan SPSS seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4. Sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.761	2	7.880	105.598	.000
	Residual	10.522	141	.075		
	Total	26.283	143			

Dari Tabel 4. tersebut, menunjukkan nilai sig. (0,000) < α (0,05) dan f_{hitung} (105.598) > f_{tabel} (3,06) maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Makanan dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dengan keterangan sebagai berikut:

- 1) $H_0 : pyx_1 : pyx_2 : pyx_1x_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh simultan antara Kualitas Makanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.
- 2) $H_1 : pyx_1 : pyx_2 : pyx_1x_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh simultan antara Kualitas Makanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka, hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas makanan terhadap keputusan pembelian pada Steak Jongkok Karawang. Adanya pengaruh yang signifikan menunjukkan bahwa dengan semakin baiknya kualitas makanan maka keputusan pembelian pun akan meningkat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa dengan semakin baiknya kualitas makanan dalam hal ini mengenai porsi, rasa, tekstur, aroma, warna, temperatur, dan penyajian maka dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini didukung hasil penelitian terdahulu oleh Sari et al. (2017) yang menyatakan bahwa kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga pun berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Steak Jongkok Karawang. Adanya pengaruh yang signifikan menunjukkan bahwa dengan semakin baiknya harga maka keputusan pembelian pada Steak Jongkok Karawang akan mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan semakin baiknya harga yang berkaitan dengan harga yang terjangkau, sesuai dengan kualitas, daya beli, manfaat dan kegunaan dan harga yang dapat bersaing maka akan

meningkatkan keputusan pembelian. Penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tunis dan Martina (2016) yang memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil analisis penelitian dengan uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas makanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Steak Jongkok Karawang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan menyediakan kualitas yang baik dan harga yang baik juga maka keputusan pembelian di Steak Jongkok Karawang akan mengalami peningkatan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu oleh Sari et al.(2017) yang menyatakan bahwa kualitas makanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil penelitian, variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian yaitu terdapat pada variabel kualitas makanan. Adanya pengaruh dominan menunjukkan bahwa selama ini pelanggan lebih mempertimbangkan kualitas makanan yang ada pada Steak Jongkok Karawang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Steak Jongkok Karawang. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Steak Jongkok Karawang. Kualitas makanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Steak Jongkok Karawang. Kualitas makanan berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

Adapun saran yang dianjurkan yaitu diharapkan Steak Jongkok Karawang untuk mempertahankan, menjaga dan meningkatkan kualitas yang telah ada. Karena konsumen memperhatikan kualitas

yang disajikan seperti halnya dari segi pilihan porsi yang disediakan, cita rasa yang disajikan, tingkat kematangan, aroma yang dikeluarkan, warna pada makanan dan minuman, temperatur yang sesuai dan kebersihan dalam penyajian. Sehingga konsumen dapat melakukan keputusan pembelian jika kualitas makanan pada Steak Jongkok Karawang diperhatikan dengan baik. Lalu dalam menetapkan harga diharapkan Steak Jongkok Karawang dapat menetapkan harga yang terjangkau, sesuai dengan kualitas yang diberikan, sesuai dengan daya beli masyarakat dan memberikan manfaat. Harga dapat bersaing dengan kafe sejenis dan dapat lebih sering memberikan potongan harga kepada konsumen sehingga konsumen dapat lebih sering melakukan keputusan pembelian pada Steak Jongkok Karawang. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian diharapkan untuk meneliti variabel-variabel lain yang belum diteliti berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Jika peneliti ingin meneliti tentang restoran/kafe juga maka, diharapkan peneliti dapat meneliti tentang variabel gaya hidup, lokasi ataupun fasilitas.

REFERENSI

- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: PT. Alfabet.
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang. 2018. *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Karawang, 2016*. Online at: <https://karawangkab.bps.go.id/>
- Davis, Bernad, A.lookwood Pantelidis, Alcott peter. 2018. *Food and Beverage Management 6th edition*: Elsevier Ltd.

- Fiani, M Dan Edwin, J. 2012. Analisis *Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo*. Vol. 1, No. 1, 1.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2011. *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: PT Aksara.
- Habibah, U dan Sumiati. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura*. Jurnal ekonomi dan Bisnis Vol. 1, No. 1.
- Iskandar, G. Y. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Notebook Asus di Karawang*. Skripsi. Karawang. Universitas Singaperbangsa Karawang. Kementrian Perindustrian RI. 2017. Industri Makanan dan Minuman Masih Jadi Andalan. Online at: [http://www.kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri Makanan dan-Minuman MasihJadi-Andalan](http://www.kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri%20Makanan%20dan%20Minuman%20Masih%20Jadi%20Andalan).
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary armstrong. 2009. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, Nur. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sari Dita, Sumaryanto dan Setyaningsih. 2017. *Pengaruh Kualitas Makanan, Pelayanan, Harga dan Suasana Restoran Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 17, 270
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks. Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sule, E. T dan Kurniawan Saefullah. 2010. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Tunis, Anugrah dan Sopa Martina. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di The Secret Factory Outlet*. Jurnal Pariwisata Vol. 3, No. 1, 62.
- Widiastanto, Adkha. 2011. *Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Makanan, Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Makan Mas Pur*. Skripsi. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Widjaja, Yani dan Febby D. Rahmat. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung*. Vol. 9, No. 1, 72.