

PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PADA USAHA ANGKRINGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Muhammad Firdaus Mokhram¹, Nugraheni Rintasari, S.E., M.Sc.²

¹⁾ Universitas Ahmad Dahlan, ²⁾ Dosen Universitas Ahmad Dahlan

Email : ¹⁾ ardy.firdaus20@gmail.com

INTISARI

Penelitian ini berjudul “**PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PADA USAHA ANGKRINGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji variabel yang mempengaruhi keputusan membeli. Penelitian ini variabel dependennya adalah keputusan membeli dan variabel independennya adalah harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 145 responden dengan metode *convenience sampling*. Data penelitian ini menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian ini diperoleh bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen angkringan di Yogyakarta. Sedangkan fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen pada angkringan. Uji F menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara serentak mempunyai pengaruh terhadap keputusan membeli pada angkringan di Yogyakarta.

Kata Kunci : Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Keputusan Membeli.

ABSTRACT

This study is entitled "THE EFFECT OF PRICE, FACILITIES, AND QUALITY SERVICES TO THE BUYING DECISION TO THE ANGKRINGAN IN YOGYAKARTA". The purpose of this study is to examine the variables that influence buying decision. This research dependent variable is buying decision and the independent variable is price, facilities and quality services. The sample used in this study were 145 respondents with a convenience sampling method. The data of this study used a questionnaire.

The results of this study found that the price and the quality services influence the customer buying decision to the angkringan in Yogyakarta. While facilities do not affect the costumer buying decision to the angkringan in Yogyakarta. The F test shows that price and quality services have an influence on the customer buying decision to the angkringan in Yogyakarta.

Keywords: Price, Facilities, Quality Services, Buying Decision .

PENDAHULUAN

Angkringan (berasal dari bahasa Jawa *angkring* yang berarti alat dan tempat jualan makanan keliling yang pikulannya berbentuk melengkung ke atas) adalah sebuah gerobak dorong untuk menjual berbagai macam makanan dan minuman di pinggir jalan di [Jawa Tengah](#), [Klaten](#), dan [Yogyakarta](#) (id.wikipedia.org).

Angkringan termasuk dalam jenis usaha mikro kecil menengah (UMKM) dan termasuk golongan mikro dikarenakan kriteria suatu usaha dikatakan golongan mikro apabila suatu usaha tersebut telah mencapai omzet (0 – 300 juta) menurut ([www.pojokbisnis.com](#)) meskipun modal usaha angkringan terbilang ringan, tetapi mampu menghasilkan omzet sekitar 20 juta per bulan. Karena bisnis usaha angkringan mampu mencapai keuntungan yang besar akibatnya jumlah angkringan semakin bertambah setiap tahunnya. menurut ([jogjadaily.com](#)) angkringan sudah ada sejak tahun 1950-an dan pada tahun 2014 telah diperkirakan jumlah angkringan di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu sekitar 2000-an jumlahnya. Jumlah angkringan yang semakin banyak dapat menyebabkan persaingan yang ketat antar sesama pedagang angkringan.

Untuk menghadapi persaingan para pengusaha angkringan ini harus mampu memahami keputusan membeli konsumen untuk membuat usaha mereka tetap bertahan hingga berkembang, dan keuntungan mereka akan meningkat. Keputusan membeli merupakan hal yang menjadi penyebab untuk tetap mendapatkan konsumen karena semakin banyak atau mendapatkan konsumen secara konsisten maka usaha angkringan mampu untuk bertahan menghadapi persaingan. Menurut Kotler dalam Iswayanti (2010) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli. Berdasarkan kutipan tersebut dapat disimpulkan sebelum melakukan pembelian konsumen memiliki tahapan-tahapan yang dilakukan untuk memutuskan membeli suatu barang atau jasa.

Berdasarkan riset terdahulu menurut penelitian Iswayanti (2010) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli Soto Angkring Mas Boed di Semarang, yang dilihat dari atribut kualitas produk, kualitas layanan, harga, dan tempat semua mampu mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian Soto Angkring Mas Boed. Dalam penelitian Handayani dan Taufik (2017) mengatakan bahwa lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi analisa keputusan konsumen pada warung angkringan di kota Semarang semuanya berpengaruh positif keputusan konsumen dalam membeli. Dalam penelitian Jayadi (2012) mengatakan bahwa tiga variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan layanan purna jual mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. Sedangkan satu variabel independen yaitu promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan bagi responden. Berdasarkan hasil riset terdahulu yang telah diteliti, peneliti akan mengkaji sejauh mana pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan membeli konsumen angkringan di Daerah Istimewa Yogyakarta. dikarenakan menurut penelitian terdahulu ketiga variabel tersebut berpengaruh positif terhadap keputusan membeli konsumen, inilah penyebab peneliti ingin mengkaji lebih jauh apakah ketiga variabel ini masih berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen terhadap warung makan angkringan hingga saat ini.

Alasan peneliti memilih Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai tempat penelitian karena Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan kota pelajar. Yang artinya banyak pelajar baik yang berasal dari Yogyakarta maupun perantau. Rata-rata jumlah pengunjung angkringan kebanyakan adalah para pelajar dan pekerja. Hal ini yang menjadi pertanyaan mengapa angkringan masih menjadi tempat favorit para pelajar dan masih bertahan dari berpuluh-puluh tahun yang lalu hingga saat ini. Setiap tahunnya pengusaha angkringan semakin banyak yang kebanyakan dari pedagang angkringan di Yogyakarta masih belum paham jika penyediaan fasilitas dan pemberian pelayanan yang berkualitas berpengaruh terhadap keputusan membeli terhadap konsumen. Jika pengusaha angkringan mampu memanfaatkan hal ini maka mereka mampu meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha rumah makan angkringan mereka baik dari

jumlah pelanggan maupun meningkatkan golongan konsumen dari kalangan bawah menjadi kalangan menengah.

Kesulitan keuangan bisa menjadi suatu hal yang menakutkan bagi suatu perusahaan, karena masalah-masalah yang timbul dari kesulitan keuangan ini bisa menyerang seluruh jenis perusahaan meskipun perusahaan tersebut berskala besar. Tidak dapat dipungkiri bahwa perusahaan berusaha semaksimal mungkin agar terhindar dari adanya permasalahan kesulitan keuangan yang tidak hanya berdampak pada perusahaan tetapi pihak *stakeholder* juga akan mengalami kerugian dari hal tersebut.

Saat ini jumlah pengusaha UMKM di Kota Yogyakarta semakin meningkat setiap tahunnya di daerah Yogyakarta. Hal ini menjadi permasalahan pada pedagang angkringan dikarenakan persaingan semakin ketat. Jika pengusaha angkringan ini masih tetap menjalankan usaha tanpa memikirkan perkembangan dan perilaku konsumen pasar, maka hal ini akan menjadi sulit untuk para pedagang angkringan untuk tetap mempertahankan usahanya.

Hal ini penting bagi para pembisnis rumah makan angkringan untuk memperhatikan faktor harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan untuk tetap mampu bertahan dalam menjalankan bisnis ini dan mampu untuk meningkatkan kelas usaha ini. Meskipun para pedagang angkringan ini sudah berusaha bertahan dengan cara mentaati peraturan dari pemerintah dan daerah tempat mereka melakukan kegiatan usaha, tetapi hal itu masih belum cukup jika tidak melihat dari segi harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan. apalagi saat ini Indonesia sudah mulai memasuki *era industry 4.0* . Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian saya diberi judul “Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Membeli Pada Usaha Angkringan di Daerah Istimewa Yogyakarta”.

KAJIAN KEPUSTAKAAN

1. Pengaruh harga terhadap keputusan membeli konsumen pada usaha rumah makan angkringan

Harga menurut Kotler dan Amstrong dalam Iswayanti (2010) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Artinya, harga merupakan faktor yang diperhatikan oleh konsumen saat melakukan Pembelian. Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai harga yang dilakukan Iswayanti (2010) dan Jayadi (2012) telah mendapatkan hasil berpengaruh terhadap keputusan membeli Berdasarkan kesimpulan tersebut maka dapat ditemukan kesimpulan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Harga berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen pada usaha angkringan.

2. Pengaruh fasilitas terhadap keputusan membeli konsumen pada usaha rumah makan angkringan

Tjiptono dalam Handayani dan Taufik (2017) menyatakan bahwa fasilitas merupakan sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai fasilitas yang dilakukan Handayani dan Taufik (2017) telah mendapatkan hasil berpengaruh terhadap keputusan membeli. Berdasarkan kesimpulan tersebut maka dapat ditemukan kesimpulan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen pada usaha angkringan.

3. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan membeli konsumen pada usaha rumah makan angkringan*

Tjiptono dalam Handayani dan Taufik (2017) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai kualitas pelayanan yang dilakukan Handayani dan Taufik (2017) dan Iswayanti (2010) telah mendapatkan hasil berpengaruh terhadap keputusan membeli. Berdasarkan kesimpulan tersebut maka dapat kesimpulan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen pada usaha angkringan.

METODA PENELITIAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan membeli. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen usaha rumah makan angkringan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah *convenience sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas yang telah dilakukan pada penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov test*. Apabila tingkat signifikannya $> 0,05$ maka menunjukkan data berdistribusi normal. Jika tingkat signifikannya $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		145
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.0204687
	Std. Deviation	1.7248244
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.063
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.010 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi secara normal, sehingga model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Gejala multikolinearitas ditandai dengan adanya hubungan yang kuat diantara variabel independen dalam suatu persamaan regresi. Jika dalam suatu persamaan regresi ditemukan gejala multikolinearitas, maka akan menimbulkan ketidakpastian dalam estimasi yang akan mengakibatkan kesimpulan yang diambil menjadi tidak tepat.

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a										
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	.116	.791		.147	.883					
Harga	.232	.056	.350	4.165	.000	.703	.331	.226	.417	2.400
Fasilitas	.076	.072	.071	1.060	.291	.481	.089	.058	.660	1.514
Kualitas Pelayanan	.297	.064	.419	4.623	.000	.727	.363	.251	.357	2.798

a. Dependent Variable: Keputusan Membeli

Berdasarkan hasil dari tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10 yang menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala mutikolinearitas antara variabel independen dalam regresi ini.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Pada penelitian ini pengujian yang digunakan adalah uji *glejser*.

Tabel 4.15
Hasil Uji Heterokedastisitas

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	9.690	3	3.230	2.367	.073 ^b
Residual	192.382	141	1.364		
Total	202.072	144			

a. Dependent Variable: RES2

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai sig lebih besar dari alpha, yakni $0,073 > 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa model tidak mengandung *Heteroskedastisitas*.

Uji Hipotesis

Regresi linear berganda merupakan alat statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel terhadap satu variabel. Adapun hasil analisis regresi linear berganda. Hasil analisis regresi linear berganda:

Tabel 4.16
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Signifikan	Koefisien	Alpha	Keputusan
<i>Constant</i>	0,883	0,116		
Harga (X_1)	0,000	0,232	0,05	H_1 diterima
Fasilitas (X_2)	0,291	0,076	0,05	H_2 ditolak
Kualitas Pelayanan (X_3)	0,000	0,297	0,05	H_3 diterima
Variabel dependen = Keputusan Membeli				
Adjusted R square = 0,576				
F statistic = 66,324				
Signifikansi = 0,000				

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.16 dapat dilihat persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 0,116 nilai tersebut mengindikasikan tanpa adanya pengaruh variabel independen yang digunakan pada penelitian ini, maka nilai keberhasilan usaha sebesar 0,116.
2. Koefisien regresi faktor internal untuk variabel X_1 sebesar 0,232 yang artinya bahwa setiap peningkatan faktor internal naik satu (1) satuan akan meningkatkan keberhasilan usaha sebesar 0,232 dengan asumsi variabel lain konstan.

3. Koefisien regresi faktor internal untuk variabel X_3 sebesar 0,297 yang artinya bahwa setiap peningkatan faktor internal naik satu (1) satuan akan meningkatkan keberhasilan usaha sebesar 0,297 dengan asumsi variabel lain konstan.

Uji F

Uji f akan menunjukkan apakah semua variabel independen yang akan dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 4.18
Hasil Uji Signifikan (Uji Statistik F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	604.475	3	201.492	66.324	.000 ^b
Residual	428.353	141	3.038		
Total	1032.828	144			

a. Dependent Variable: Keputusan Membeli

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga

Berdasarkan Tabel 4.18 menunjukan bahwa nilai sig. Sebesar $0.000 > 0.05$ maka dapat dinyatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Uji T

Uji t akan menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen yang akan dimasukkan kedalam model terhadap variasi variabel dependen.

Tabel 4.19
Hasil Uji Parsial (Uji Statistik t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.116	.791		.147	.883
Harga	.232	.056	.350	4.165	.000
1 Fasilitas	.076	.072	.071	1.060	.291
Kualitas Pelayanan	.297	.064	.419	4.623	.000

1) Hipotesis Pertama

Variabel harga memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000. Tingkat signifikan tersebut lebih kecil dari 0.05 yang berarti H_1 diterima sehingga dapat dikatakan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan membeli. Berdasarkan hasil pengujian regresi berganda didapatkan hasil H_1 diterima, yang artinya harga berpengaruh terhadap keputusan membeli. Menurut Nitisemito dalam Iswayanti (2010) mendefinisikan harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang bersedia melepaskan barang dari jasa yang dimiliki pihak lain. Artinya, harga merupakan faktor yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Jika seseorang membeli suatu produk yang memiliki harga yang lebih besar daripada manfaat yang diberikan oleh produk atau jasa, maka yang terjadi adalah konsumen akan berpikir produk atau jasa tersebut akan negative begitu juga sebaliknya.

2) Hipotesis Kedua

Variabel fasilitas memiliki tingkat signifikansi 0,291. Tingkat signifikansi tersebut lebih besar dari 0.05 yang berarti H_2 ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli. Berdasarkan hasil pengujian Regresi Berganda didapatkan hasil H_2 ditolak, yang artinya fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli. Menurut Tjiptono dalam Handayani dan Taufik (2017) pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa bersangkutan di mata pelanggan. Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti berkesimpulan bahwa fasilitas yang diberikan oleh pelaku usaha pedagang angkringan kurang memberikan pengaruh terhadap keputusan membeli yang mempengaruhi konsumen untuk memilih angkringan sebagai pilihan mereka untuk berkunjung karena kebanyakan persepsi dari konsumen angkringan merupakan suatu warung makan sederhana dengan produk makanan dan minuman yang disajikan tergolong murah, jadi konsumen tidak memperhatikan dari sisi fasilitas.

3) Hipotesis Ketiga

Variabel Kualitas pelayanan memiliki tingkat signifikansi 0,000. Tingkat signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05 yang berarti H3 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan membeli. Berdasarkan hasil pengujian Regresi Berganda didapatkan hasil H₃ diterima, yang artinya kualitas pelayanan menurut Kotler dalam Iswayanti (2010) kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Yang artinya ketika kebutuhan pelanggan telah terpenuhi maka persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan akan memberikan pengaruh positif terhadap usaha angkringan yang dijalankan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan suatu variasi variabel dependen. Adapun hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinai (R^2)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.765 ^a	.585	.576	1.743	.585	66.324	3	141	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga

Pada Tabel 4.17 diatas menunjukan bahwa *R-square* (koefisien determinasi) sebesar 0.576 Hal ini berarti 57,6% keputusan membeli dipengaruhi oleh variabel independen tersebut di atas. Sedangkan sisanya 42,4% dijelaskan dipengaruhi oleh variabel lain.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan membeli. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan setelah dilakukan pengujian terhadap faktor harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan pada usaha angkringan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang diajukan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Harga berpengaruh terhadap keputusan membeli pada usaha angkringan di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli pada usaha angkringan di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan membeli pada usaha angkringan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

KETERBATASAN

1. Peneliti tidak mampu membuktikan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan membeli pada usaha angkringan di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Peneliti kesulitan menyebar kuesioner secara merata dikarenakan peneliti tidak mampu menemukan data jumlah angkringan secara spesifik.

SARAN

1. Penelitian berikutnya diharapkan membagikan kuesioner lebih luas lagi untuk hasil penelitian lebih maksimal.
2. Peneliti mengaharapkan dilakukannya pengkajian ulang secara mendalam terhadap pengaruh fasilitas terhadap keputusan membeli pada usaha angkringan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- David, J. (2012). analisis pengaruh kualitas produk harga, promosi dan layanan purna jual, terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha (studi pada mahasiswa Universitas Diponegoro).
- Fachrurozi, R. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kawasaki Ninja 250 CC Di Semarang.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, E. S., & Susilo, Y. S. (2011). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal ekonomi pembangunan*.
- Handayani, S., & Taufik, M. (2017). Analisa Keputusan Konsumen Warung Angkringan yang Dipengaruhi Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan (studi kasus pada warga kos di kota Semarang). *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*.
- Iswayanti, I. P. (2010). analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga, dan tempat terhadap keputusan pembelian (studi pada rumah makan "soto angkring mas boed" di Semarang) .
- Jayadi, D. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro).
- Maulidina, K. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Pondok Mataram di Kota Tebing Tinggi.
- Nana, S., & Ibrahim. (2001). *Penelitian Dan Penilaian Pendidikan*., Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Raja, B. L. (2011). Pengaruh Faktor Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merica Food Center Plaza Millenium Medan.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Penerbit Selemba Empat.
- Sekaran, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis, (cetakan kesembilan)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- wikipedia. (2019, juli 26). *wikipedia*. Retrieved from wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Angkringan>
- Winata, A. I. (2014, July 5). *meski menjamur, peluang usaha angkringan tidak pernah surut*. Retrieved agustus 22, 2019, from Jogja Daily: <https://jogjadaily.com/2014/07/meski-menjamur-peluang-usaha-angkringan-di-jogja-tak-pernah-surut/>