

PENGARUH MINAT BELI, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN BOBA (STUDI KASUS PADA “YOUR BOBA” DI KECAMATAN EMPANG)

Putri Sukma Tari¹, Hartini²,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa

[1putrisukmatari@gmail.com](mailto:putrisukmatari@gmail.com), [2hartini@uts.ac.id](mailto:hartini@uts.ac.id),

ABSTRACT

Abstract – *The research was to analyze: the impact of interest on purchasing, quality of product and location on boba's decision to purchase your boba in empty subdistrict. The variables used in the study are purchasing interests, product quality and location as independent variables, and purchase decisions as a dependent variable.*

The study USES a quantitative approach with an associative approach to describe the impact of interest on purchasing, product quality and location of boba decision on your boba in empty subdistrict. The number of samples in this study is over 100 respondents obtained by impressive. sampling of the consumer population boba on your boba. Data collection methods are conducted using a questionnaire. As for the tools of analysis used in this research, that is to use SPSS 16.

The findings suggest that: 1) purchasing interest has a positive and significant impact on purchasing decisions. 2) the quality of the product does not significantly affect the purchasing decision. 3) the location does not significantly affect the purchasing decision.

Key words: *Interest in purchasing, quality of product, location and purchase decisions*

ABSTARK

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : Pengaruh Minat Beli, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba pada Your Boba di Kecamatan Empang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Minat Beli, Kualitas Produk dan Lokasi sebagai variabel independen, serta keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yaitu mendeskripsikan Pengaruh Minat Beli, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba pada Your Boba di Kecamatan Empang. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diperoleh dengan metode *purposive sampling* dari populasi konsumen Minuman Boba pada Your Boba. metode pengumpulan data dilakukan menggunakan koesioner. Adapun alat analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan SPSS 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Minat Beli berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian. 2) Kualitas Produk berpengaruh Positif tidak Signifikan terhadap Keputusan Pembelian. 3) Lokasi berpengaruh Positif tidak Signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Minat Beli, Kualitas Produk, Lokasi dan Keputusan Pembelian

I. PENDAHULUAN

Boba adalah sejenis bola tapioka yang kerap menjadi isian dari minuman bubble tea. Bubble tea merupakan minuman yang tengah naik daun karena rasanya yang manis, creamy berpadu dengan tekstur boba yang kenyal. Boba atau yang juga dikenal dengan sebutan bubble atau black pearl merupakan topping yang biasa disajikan dalam minuman bubble tea kekinian. Boba berbahan dasar tepung tapioka yaitu tepung dari singkong, tapioka itu sendiri tidak memiliki banyak rasa sehingga rasa manis dari boba sebagian besar berasal dari gula atau madu yang direndam sebelum disajikan. (Albert, 2019)

Pada masa ini gerai minuman boba sudah terdapat dimana-mana di seluruh Indonesia. Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu daerah yang menjual minuman boba khususnya di wilayah Sumbawa gerai minuman boba sudah terdapat di berbagai tempat, salah satunya di desa Empang Bawah Kecamatan Empang. Di Empang sudah terdapat beberapa gerai minuman boba dengan berbagai varian penyajian sehingga memiliki keunikan tersendiri dilihat dari tampilannya masing-masing. Namun, terdapat satu gerai minuman boba yang sangat hits di berbagai kalangan sehingga memiliki lebih banyak peminat dibandingkan yang lainnya yaitu "YOUR BOBA" yang memiliki letak gerai paling strategis di depan Indomaret Empang. (Nicholas, 2019)

Tema ini menarik untuk diteliti karena bisnis minuman dengan topping bubble atau minuman boba semakin banyak bermunculan dimana-mana. Selain itu permintaan masyarakat yang terus meningkat akan minuman praktis dan lebih sedikit mengandung bahan pengawet membuat es boba ini semakin banyak diminati.

Penjualan "Your Boba" walau gerainya terbilang masih baru berdiri karena belum mencapai 1 tahun tetapi letak gerai "Your Boba" yang strategis yaitu didepan Indomaret membuat gerai ini menjadi ramai pengunjung dan dapat kita lihat dari data penjualannya selama tiga bulan terakhir yang terus meningkat. Keputusan pembelian pada studi kasus ini juga dipengaruhi oleh informasi dari mulut ke mulut atau biasa disebut word of mouth, dimana konsumen dan pelanggan minuman boba memberikan informasi mengenai rasa dan kualitas produk yang ditawarkan minuman boba ini kepada calon konsumen lainnya, selain itu lokasi pasar yang dilalui banyak alat transportasi membuat minuman boba ini semakin dikenal karena banyaknya masyarakat yang bisa saja mampir ketempat ini ketika melakukan aktivitas. (Your Boba Kecamatan Empang, 2020).

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan diatas peneliti memilih judul penelitian ini yaitu tentang "Pengaruh Minat Beli, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba (Studi Kasus Pada "YOUR BOBA" di Kecamatan Empang)."

Permasalahan yang dibahas adalah sebagai berikut :

Apakah minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian Minuman Boba pada Your Boba di Kecamatan Empang ?

Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Minuman Boba pada Your Boba di Kecamatan Empang ?

Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan

pembelian Minuman Boba pada Your Boba di Kecamatan Empang

Menurut Schiffman dan Kanuk (2016), mengemukakan bahwa minat beli merupakan salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap sikap perilaku. Minat beli dapat diartikan sebagai suatu sikap senang terhadap suatu objek yang membuat individu berusaha mendapatkan objek tersebut dengan cara membayarnya dengan uang atau pengorbanan.

Menurut Kotler (2016), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Selain itu kualitas (quality) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri. (Riesta, 2017)

Menurut Tjiptono (2014), lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya

Menurut Kotler (2016), pengambilan keputusan membeli tidak terlepas dari masalah

perilaku konsumen. Perilaku konsumen sesungguhnya merupakan bagian yang tak terpisahkan dari perilaku manusia secara umum, karena perilaku konsumen merupakan suatu manifestasi dari perilaku manusia dengan segala macam kebutuhan, keinginan, dan keterbatasannya. Mereka yang memiliki pendapatan rendah harus membuat keputusan, barang atau jasa apa yang harus diprioritaskan untuk dibeli. Menurut Kotler & Armstrong (2012), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli.

II. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Menurut Sugiyono (2016), pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel diperoleh dengan pertimbangan tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menguasai hipotesis yang ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2016), pendekatan asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, metode asosiatif digunakan untuk menjelaskan tentang pengaruh minat beli, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian minuman boba (Studi kasus di "Your Boba" depan indomaret Kecamatan Empang.

Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah populasi masyarakat Kecamatan Empang yang sudah mengkonsumsi minuman boba.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2016)

$$N = \left(\frac{Z}{e} \right)^2 (P)(1-P)$$

Keterangan :

N = Ukuran Sampel

Z = Standart score untuk α yang dipilih

e = Sampling error (10%)

P = Proporsi harus dalam populasi

Jumlah populasi dari penelitian ini tidak diketahui, maka harga P (1-P) maksimal adalah 0,25 dan menggunakan *Confidence Level* 95% dengan tingkat kesalahan tidak lebih dari 10% , maka besar sampel adalah :

$$N = \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2 (0,5) \left(1 - \frac{1}{0,5} \right)$$

= 96,04 dijadikan 100.

Berdasarkan rumus penelitian diatas, maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96,04 yang dijadikan 100 sampel penelitian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini menggunakan 100 sampel konsumen berusia 15-30 tahun keatas yang pernah membeli dan mencoba Minuman Boba pada "Your Boba" .

Adapun pertimbangan-pertimbangan yang ditentukan peneliti sebagai kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Masyarakat Kecamatan Empang yang sudah mengkonsumsi minuman boba.

Konsumen dan pelanggan berusia 15-30 tahun keatas yang pernah membeli dan mencoba minuman boba.

Instrumen Penelitian

Menurut Schiffman & Kanuk (2012), indikator-indikator minat konsumen/minat beli sebagai berikut :

1. Tertarik untuk mencari informasi tentang produk.
2. Mempertimbangkan untuk membeli.
3. Tertarik untuk mencoba.
4. Ingin mengetahui produk.
5. Ingin memiliki produk.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012), indikator-indikator kualitas produk yaitu:

1. Tekstur.
2. Penampilan Produk.
3. Rasa.
4. Bahan Baku yang dibuat.

Menurut Fandy Tjiptono (2014), indikator-indikator lokasi yaitu :

1. Ketersediaan lahan parkir.
2. Memiliki tempat yang cukup luas.
3. Lokasi pasar dilalui banyak alat transportasi.

4. Lokasi yang strategis.

Menurut Kotler (2014:212) indikator-indikator keputusan pembelian yaitu :

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

Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner dengan memuat pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan minat beli, kualitas produk, lokasi dan keputusan pembelian minuman boba. Sugiyono (2016), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk kemudian dijawab oleh responden.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *skala likert* merupakan bentuk pertanyaan ataupun pernyataan dan bentuk jawaban responden yang ditunjukkan dalam 4 jenis jawaban yang akan dipilih salah satunya oleh responden.

Analisis Data

1. Uji Instrumen

- a. Uji Validitas
 - b. Uji Reliabilitas
2. Uji Asumsi Klasik
- a. Uji Normalitas

b. Uji Multikolinearitas

c. Uji Heteroskedastisitas

3. Uji Regresi Linear Berganda

4. Uji Hipotesis

- a. Uji Parsial (uji statistik t)
- b. Uji Koefisien Determinasi (R²)

III. HASIL

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas ditemukan bahwa seluruh pernyataan pada variabel minat beli, kualitas produk, *lokasi dan keputusan pembelian menunjukkan semua instrumen penelitian ini menghasilkan nilai $r^{\text{hitung}} \geq r^{\text{tabel}}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam penelitian ini dinyatakan valid.*

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari Minat Beli (X1), Kualitas Produk (X2), Lokasi (X3), dan Keputusan Pembelian (Y) masing-masing memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang $\geq 0,6$ kondisi ini menunjukkan bahwa seluruh variabel tersebut adalah reliabel dan dapat digunakan pada analisis selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,519 $\geq$ dari 5% dan *Asymp.Sig. (2-tailed)* sebesar 0,950 yang berarti $\geq$ dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini

berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan dari hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel Minat Beli (X1) dengan nilai tolerance $0,693 \geq 0,1$ dan nilai VIF $1.444 \leq 10$, variabel Kualitas Produk (X2) dengan nilai tolerance $0,687 \geq 0,1$ dan nilai VIF $1.455 \leq 10$, dan variabel Lokasi (X3) dengan nilai tolerance $0,987 \geq 0,1$ dan nilai VIF $1.014 \leq 10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik scatterplot terlihat titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun samping kanan pada sumbu Y. Hal ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi jumlah keputusan pembelian berdasarkan masukan variabel independennya.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi linear berganda, maka diketahui persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 9.770 + 0.276X_1 + 0.130X_2 + 0.114X_3 + e$$

Hasil persamaan regresi linear berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 9.770 menunjukkan bahwa nilai dari variabel independen yaitu variabel minat beli (X1), kualitas produk (X2), promosi (X3) diasumsikan Constant, maka nilai

keputusan pembelian sebesar 9.770.

- Nilai koefisien regresi variabel minat beli bernilai positif yaitu 0,276 menunjukkan apabila nilai minat beli mengalami kenaikan satu satuan sementara variabel independen lainnya diasumsikan tetap, maka nilai keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,276 satuan.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk bernilai positif yaitu 0,130 menunjukkan apabila nilai kualitas produk mengalami kenaikan satu satuan sementara variabel independen lainnya diasumsikan tetap, maka nilai keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,130 satuan.
- Nilai koefisien regresi variabel lokasi bernilai positif yaitu 0,114 menunjukkan apabila nilai kualitas produk mengalami kenaikan satu satuan sementara variabel independen lainnya diasumsikan tetap, maka nilai keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,114 satuan.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (uji statistik t)

Berdasarkan penjelasan masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

Variabel Minat Beli

Berdasarkan hasil uji parsial dapat dilihat bahwa nilai t^{hitung} variabel minat beli sebesar 3.037, dimana $t^{\text{hitung}} \geq t^{\text{tabel}}$ ($3.037 \geq 1.988$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima,

sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan minat beli dengan keputusan pembelian.

b. Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan hasil uji parsial dapat dilihat bahwa nilai t^{hitung} variabel kualitas produk sebesar 1.271, dimana $t^{\text{hitung}} \leq t^{\text{tabel}}$ ($1.271 \leq 1.988$). Maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan kualitas produk dengan keputusan pembelian.

c. Variabel Lokasi

Berdasarkan hasil uji parsial dapat dilihat bahwa nilai t^{hitung} variabel lokasi sebesar 1.349, dimana $t^{\text{hitung}} \leq t^{\text{tabel}}$ ($1.349 \leq 1.988$). Maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan lokasi dengan keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa R square sebesar 0,200. Hasil ini membuktikan bahwa pengaruh minat beli, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian sebesar 20% nilai R square sedangkan variabel lain 80%. R square rendah pada penelitian ini karena hanya 20% kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat sedangkan 80% nilai sisanya yang tidak bisa dijelaskan oleh R square dijelaskan oleh variabel lain pada penelitian ini. Semakin tinggi nilai R square maka semakin kecil errornya yang berarti semakin baik pengaruhnya, begitu juga sebaliknya semakin rendah nilai R square maka semakin lemah

pengaruhnya.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba pada "Your Boba" di Kecamatan Empang.

Dari hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara minat beli terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan $\text{sig} < \alpha$ maka disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara minat beli dan keputusan pembelian, bahwa semakin tinggi minat beli Minuman Boba, maka keputusan pembelian Minuman Boba juga akan semakin tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa minat beli menjadi pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian Minuman Boba pada Your Boba di Kecamatan Empang.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Sriyanto, (2018) yang menyatakan bahwa minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba pada "Your Boba" di Kecamatan Empang.

Dari hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan adanya pengaruh positif tapi tidak signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan $\text{sig} > \alpha$ maka disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti koefisien regresi linear kualitas produk adalah tidak teruji signifikan terhadap keputusan pembelian Minuman Boba. Cara lain untuk membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Minuman Boba adalah dengan cara membandingkan antara

t^{hitung} dan t^{tabel} atau dengan menggunakan kurva pengujian. Dari perbandingan tersebut diperoleh hasil bahwa $t^{\text{hitung}} < t^{\text{tabel}}$ maka disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti koefisien regresi kualitas produk tidak teruji dan hasil pengujian tersebut membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Minuman Boba pada Your Boba di Kecamatan Empang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif tapi tidak signifikan antara kualitas produk dan keputusan pembelian Minuman Boba. Hal tersebut berarti semakin besar kualitas produk maka keputusan pembelian Minuman Boba pada Your juga akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya semakin kecil kualitas produk maka keputusan pembelian juga akan semakin menurun.

Penelitian ini bertolak dengan penelitian yang dilakukan oleh Bagas Rifki Wicaksaono, (2016) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Minuman pada Your Boba di Kecamatan Empang.

Dari hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan adanya pengaruh positif tapi tidak signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan $\text{sig} > \alpha$ maka disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti koefisien regresi linear lokasi adalah tidak teruji signifikan terhadap keputusan pembelian Minuman Boba. Cara lain untuk membuktikan bahwa lokasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Minuman Boba adalah dengan cara membandingkan antara t^{hitung} dan t^{tabel} atau

dengan menggunakan kurva pengujian. Dari perbandingan tersebut diperoleh hasil bahwa $t^{\text{hitung}} < t^{\text{tabel}}$ maka disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti koefisien regresi lokasi tidak teruji dan hasil pengujian tersebut membuktikan bahwa lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Minuman Boba pada Your Boba di Kecamatan Empang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif tapi tidak signifikan antara lokasi dan keputusan pembelian Minuman Boba. Hal tersebut berarti semakin besar lokasi maka keputusan pembelian Minuman Boba pada Your Boba juga akan semakin meningkat.

IV. KESIMPULAN

1. Minat Beli

Minat beli memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian Minuman Boba pada Your Boba di Kecamatan Empang. Hal ini menunjukkan semakin meningkat minat beli konsumen maka akan semakin meningkat pula keputusan pembelian pada Minuman Boba.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian Minuman Boba pada Your Boba di Kecamatan Empang. Hal ini menunjukkan semakin meningkat kualitas produk yang diberikan gerai Your Boba maka akan membuat konsumen untuk melakukan keputusan untuk membeli Minuman Boba pada Your Boba.

3. Lokasi

Lokasi memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian Minuman Boba

pada Your Boba di Kecamatan Empang. Hal ini menunjukkan semakin strategis letak lokasi Minuman Boba pada Your Boba maka akan membuat konsumen semakin tertarik untuk melakukan keputusan untuk membeli Minuman Boba pada Your Boba.

V. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Eka, Dian dkk. (2018). *Pengaruh lokasi dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen KFC Dermaga Point Palembang)*. Palembang. Jurnal Ilmiah Manajemen Vol 15, No.1, 2018
- [2] Fitria, Nian Wafirotul. (2018). *Pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian di BMT Surya Abadi Jenangan Ponorogo*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Jurnal Manajemen Pemasaran
- [3] Ghassani, Mahyarani Tiara. (2017). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang bandeng juwana vaccum melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi kasus pada pelanggan pt. bandeng juwana elrina semarang)*, Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vol.6, No.4, 2017.
- [4] Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi analisis dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [5] Hasanuddin, Makmur. (2016). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian pada penjualan Logam Mulia Emas*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen. Vol.4, No.1, 2016.
- [6] Helmi, Muhammad Sukri. (2015). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada CV.Master Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu*. Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian. Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen UPP.
- ayat, Riau Rahmat. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Area Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)*. Fakultas Ekonomin dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri. Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- timah, Husnul. (2016). *Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Mahasiswa Dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli*. Prodi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- er, Philip and Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 16. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- rhuda, Muhammad. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Tupperware Di Business Leader Mutiara Rinjani Mataram*. Universitas Muhammadiyah Mataram. Jurnal Mahasiswa Adminstrasi Bisnis.
- rnomo, Eko. (2016), *Pengaruh harga. kualitas produk dan lokasi terhadap minat beli konsumen dalam membeli beras lokal (studi kasus desa rambah utama)*, Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. Jurnal Manajemen Pemasaran.
- spa, Rani dkk. (2017). *Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Perumahan Ciujung River Park Serang, Banten)*. STIE Bina Bangsa, Serang, Banten. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis.

- [13] Rinda Putri, Elisa Dewi. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Wardah Cosmetics di Indonesia), Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma. Jurnal Ilmu Manajemen.
- [14] Riska, Kadek Ayuk. (2019). *Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone nokia dengan citra merek sebagai pemediasi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 8, No. 3, 2019: 1374 – 1400.
- [15] Rumondor, Wenda. (2017). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian pada rumah kopi dan mie toronata di kawangkoan*. Jurnal Riset Ekonomi, Vol.5, No.2, 2017.
- [16] Sanusi, Anwar. (2012) *Metodologi Penelitian Bisnis Jakarta*: Salemba Empat.
- [17] Saryadi, dkk. (2017). *Pengaruh Minat, Opini dan Aktivitas Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Shabu Auce Resto Semarang*. Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol.6, No.3, 2017.
- [18] Satria, Arief Adi. (2017), *Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan a-3, Surabaya : Universitas Ciputra Surabaya*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 2, Nomor 1, April 2017.
- [19] Sirega, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Inter Pratama Mandiri.
- [20] Sriyanto, Agus dan Aris Wahyu. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari-April 2018)*, Universitas Budi Luhur, Jakarta. Jurnal Ekonomika dan Manajemen Vol.8, No.1, 2019.
- Agijono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- ambunan, Eva Christine dkk. (2020), *Analisis faktor yang mempengaruhi minat milenial terhadap Boba vs Kopi di Kota Medan, Medan : Universitas Sumatera Utara. Jurnal of business and economics research Vol.1, No.2, 2020*.
- [23] Tjiptono, Fandy. 2014. *Manajemen Operasional*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- imi, Ruri Putri. (2017), *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sayuran organik di pasar sambas medan*, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan. *Jurnal Niagawan Vol 6 No 2 Oktober 2017*.
- caksaono, Bagas Rifki. (2016), *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet yang dimediasi oleh Minat Beli*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Yogyakarta. *jurnal Ilmiah Manajemen 2016*.

