

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFE TANEAN
KABUPATEN SUMENEP**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh
Aqshol Rian Aditya Harefa
201810160311493

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2024**

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFE TANEAN KABUPATEN SUMENEP**

Oleh :

Aqshol Rian Aditya Harefa

201810160311493

Diterima dan disetujui
pada tanggal 20 Juli 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.

Novi Puji Lestari, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFE TANEAN KABUPATEN SUMENEP

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Aqshol Rian Aditya Harefa**

NIM : **201810160311493**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 20 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : **Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.**

Pembimbing II : **Novi Puji Lestari, S.E., M.M.**

Penguji I : **Dr. Erna Retna Rahadjeng, M.M.**

Penguji II : **Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

1.

2.

3.

4.

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Aqshol Rian Aditya Harefa

NIM : 201810160311493

Program Studi : Manajemen

Email : aqshol.aditya@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, Juli 2024

Yang membuat Pernyataan



Aqshol Rian Aditya Harefa

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFE TANEAN KABUPATEN
SUMENEP**

Aqshol Rian Aditya Harefa, Rahmad Wijaya, Novi Puji Lestari

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Email: aqshol.aditya@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *explanatory research*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang membeli di Café Tanean Kabupaten Sumenep, teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diketahui bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, artinya dengan semakin baiknya promosi maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, artinya dengan semakin baiknya kualitas produk maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan. Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, artinya semakin baiknya kualitas layanan maka keputusan pembelian di Cafe Tanean Kabupaten Sumenep akan mengalami peningkatan.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian



THE INFLUENCE OF PROMOTIONS, PRODUCT QUALITY, AND SERVICE QUALITY ON PURCHASING DECISIONS AT CAFE TANEAN, SUMENEP DISTRICT

Aqshol Rian Aditya Harefa, Rahmad Wijaya, Novi Puji Lestari
Management Study Program, Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University of Malang
Email: aqshol.aditya@gmail.com

Abstract

The aim of this research is to determine the influence of promotions on purchasing decisions, the influence of product quality on purchasing decisions and the influence of service quality on purchasing decisions. The type of research used in this research is explanatory research. The population used in this research were consumers who were buying at Café Tanean, Sumenep Regency. The sampling technique used was accidental sampling, with a sample size of 100 respondents. The data analysis technique in this research uses multiple linear regression analysis. Based on the results of the research and discussion, it can be seen that promotions influence purchasing decisions, meaning that the better the promotion, the more purchasing decisions will be recalled. Product quality influences purchasing decisions, meaning that as product quality improves, purchasing decisions will increase. Service quality influences purchasing decisions, meaning that the better the service quality, the purchasing decisions at Cafe Tanean, Sumenep Regency will increase.

Keywords: Promotion, Product Quality, Service Quality and Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji Syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadirat Allah Yang Maha Esa, atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya, Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan pembelian Di Café Tenean Kabupaten Sumenep” ini dapat terealisasi. Penulisan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak jauh dari keterbatasan dan kekurangan, namun berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga keterbatasan dan kekurangan tersebut dapat diminimalisir. Untuk itu sebagai ungkapan Syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof Dr. Nazzarudin Malik, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Ida Zuhro, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi yang sangat bermanfaat guna dapat terselesaikan nya skripsi ini
5. Dosen Wali Manajemen I Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Novi Puji Lestari, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi yang sangat bermanfaat guna dapat terselesaikan nya skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pengetahuan dan materi yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini.

8. Kedua Orang Tua Saya, Keluarga tercinta dan teman terdekat saya bahkan yang telah banyak memberikan doa, ridho, dukungan dan pengorbanan baik secara moral dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan masa studi dengan baik.
9. Semua Pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan, dukungan dan doa kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya dengan segala keterbatasan dan kekurangan yang ada, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik dan saran dari berbagai pihak saya harapkan dalam rangka penyempurnaan skripsi ini.

Terima Kasih,

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, 28 Juli 2024

Penulis,



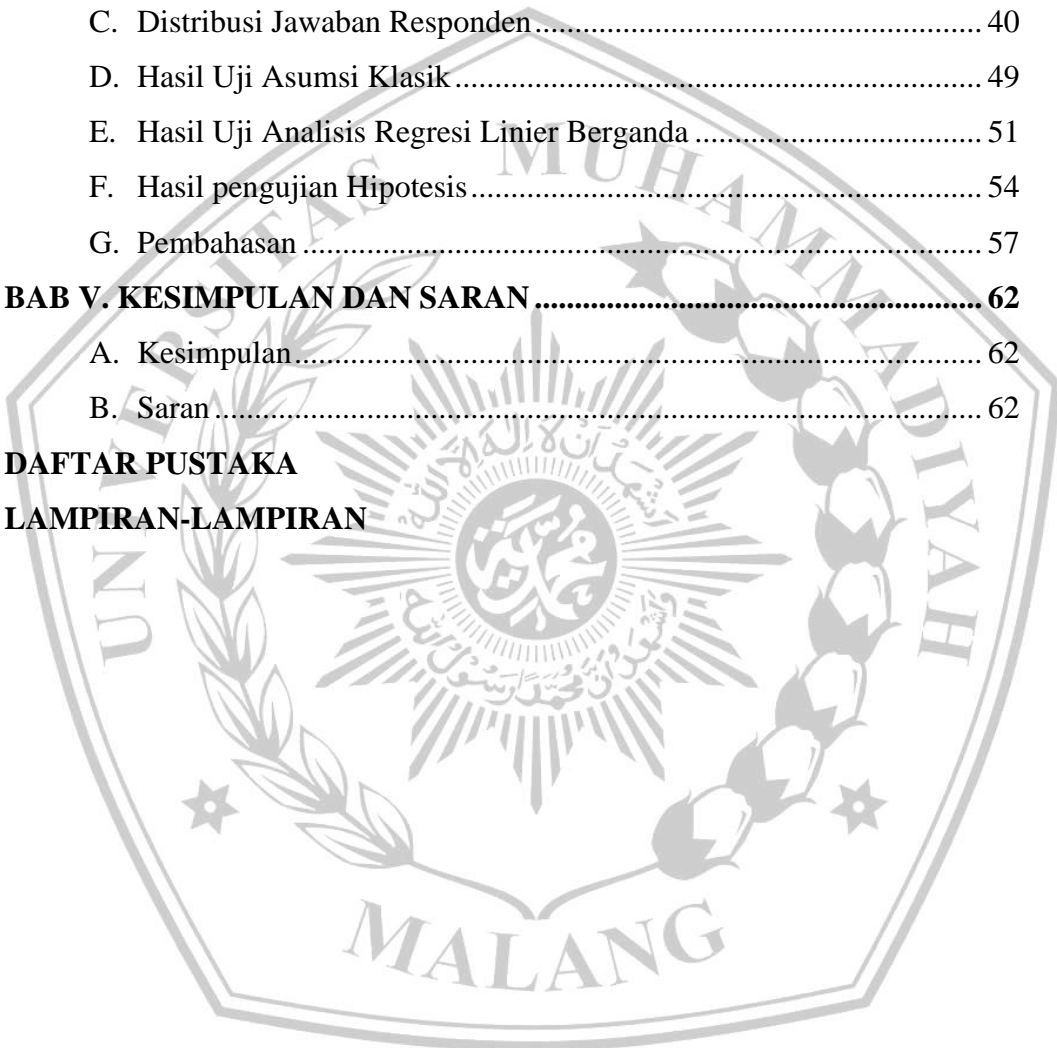
Aqshol Rian Aditya Harefa



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Landasan Teori	15
1. Promosi	15
2. Kualitas Produk.....	17
3. Kualitas Pelayanan.....	20
4. Keputusan Pembelian	21
C. Kerangka Berpikir	22
D. Hipotesis	23
BAB III. METODE PENELITIAN.....	25
A. Objek Penelitian	25
B. Jenis Penelitian	25
C. Definisi Operasional Variabel	25
D. Populasi dan Sampel.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data	28

F. Skala Pengukuran	29
G. Pengujian Instrumen Penelitian	29
H. Teknik Analisis Data	31
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Karakteristik Responden.....	34
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian	38
C. Distribusi Jawaban Responden.....	40
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	49
E. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	51
F. Hasil pengujian Hipotesis.....	54
G. Pembahasan	57
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Kafe di Kabupaten Sumenep	4
Tabel 1.2 Nilai Komentar	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	26
Tabel 3.2 Skala Pengukuran	29
Tabel 3.3 Kategori Uji Reliabilitas	30
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	36
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	37
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.8 Kriteria Rentang Jawaban Responden	40
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi	41
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	43
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan	46
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Multikolinearitas	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Data	51
Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda	51
Tabel 4.16 Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	53
Tabel 4.17 Hasil Uji F	54
Tabel 4.18 Perbandingan Antara Nilai t_{hitung} Dengan t_{Tabel}	55
Tabel 4.19 Tabel <i>standardized Coeficient Beta</i>	57

DAFTAR GAMBAR

Halaman

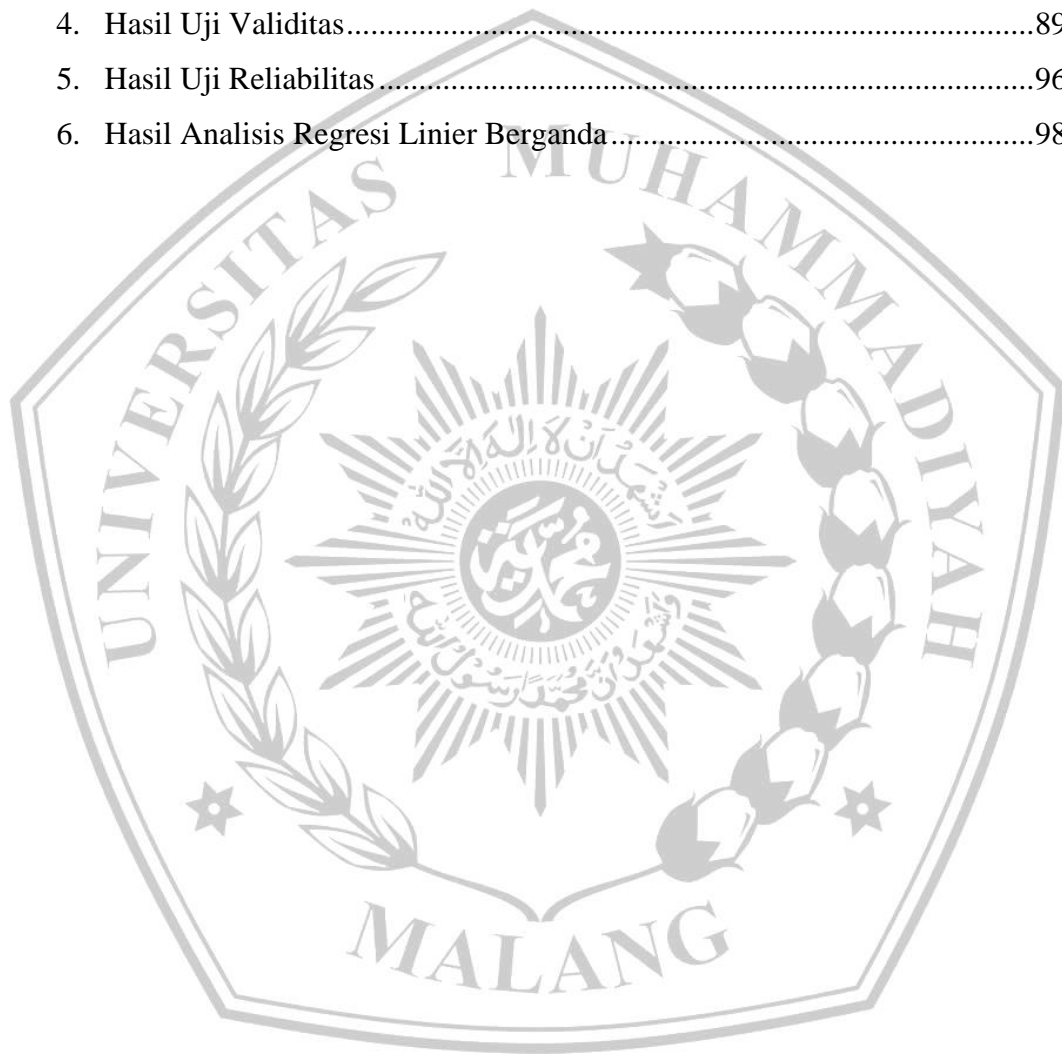
Gambar 2.1 Model Hipotesis	23
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Heterokedastisitas	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner Penelitian	68
2. Data Penelitian	71
3. Hasil Distribusi Jawaban Responden	83
4. Hasil Uji Validitas.....	89
5. Hasil Uji Reliabilitas	96
6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	98



DAFTAR PUSTAKA

- Abimbola, I. d. 2015. The Influence of Brand Image dan Promotional Mix on Consumer Buying Decision - A Study of Beverage Consumers in Lagos State, Nigeria. *British Journal of Marketing Studies ISSN 2053-4043(Print), ISSN 2053-4051(Online)*, 97- 109.
- Anim, A. dan Indiani NLP. 2020. Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Kembali, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1),23-31
- Aprillia, D. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya, *Jurnal Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 1(3), 14–34.
- Aristo, S F. 2016. "Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips." *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 1(4), 441-447.
- Aryandi, J, dan Orsandi. 2020. "Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Tanean Kabupaten Sumenep." *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1),117-128.
- Azizah, dan Prasetio. 2019. Pengaruh Paket Harga, Rabat, dan Kualitas Layanan terhadap keputusan pembelian di Café Kanz Coffee & Eatery, *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 77-81
- Boediono, M., Christian, S., dan Immanuel, D. M. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 3(1), 90-99.
- Damianus F, Silvya L, dan Mirah H. 2022. Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Verel Bakery Dan Coffee Pineleng Di Masa Pandemi Covid 19, *Jurnal EMBA*, 2(2), 67-78
- Dinda, A. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Resto terhadap Keputusan Pembelian pada Café And Resto Sugar Rush Di Bontang, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 45-55
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Firmansyah, M. A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan. Strategy*. Penerbit Qiara Media
- Fitria, S, dan Wati, Jasar, N. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Pada Pelanggan Sarijan Coffee Malang). STIE WALISONGO PASURUAN, Pasuruan, *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 112-121
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Heryanto, I. 2018. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Entrepreneurship*, 9(2), 80-102.

- Hestu,W, 2018. Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur). *Jurnal SeMaRaK*, 8(1), 111-121
- Hidayat, M.S. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Performa, Jurnal Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 6(4), 360–369
- Jacob, D. F., Mandey, S., dan Rogi, M. 2022. Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Verel Bakery And Coffe Pineleng Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal EMBA*, 4 (2), 22-31.
- Kirana, Candra, G. dan Permatasari, I.R. 2019. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5 (1), 10-15
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Terj. Alexander Sindoro dan Benyamin Molan). Edisi 12. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P dan Keller, K. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- McDaniel, C., Lamb, C. W., dan Hair, J. F. Jr., 2011. *Introduction to Marketing*, 11th SouthWestern, Cengage Learning, China.
- Muhajir, H. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Finansia Multi Finance Kredit Plus. *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 2(1), 1–12.
- Nasution, A E , dan Lesmana, T M. "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.*Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1(1), 83-90.
- Pasaribu, Ruth F. A., Sianipar, Ira Lestari., Siagian, Yona F., dan Sartika, Vier. 2019. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy PT. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*. 5, (1). (45-52).
- Prasetyo, S. A. 2019. Pengaruh Promosi Penjualan di Instagram, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian. *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 340-359.
- Prasetya dan Widayawati. 2016. Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi, Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Kukubima Ener-G. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(7), 1-15.
- Rahayu, S., dan Handayani, S. R. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Simpan Pinjam Pada KUD Sumber Makmur Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 5(2), 12-19
- Rikhi,W dan Dian T. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Riilfians and Bistro Pati: *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Semarang, Solusi*, 18(2), 11-21

- Saidani, B, Rachman,M.A, dan Rizan, M. 2013. Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 4(2), 23-29.
- Saleh, Yusuf, M dan Said, M. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*., Makasar:CV Sah Media
- Setyawan, O, dan Indrastuti, S. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lipstik Merek Wardah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Pelita Indonesia, Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 6(2),142-155
- Sholihat, A. 2018. Analisis Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal EMBA*,8(2),16-21
- Siburian, S. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda, *Kinerja : Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 13, (2), 112-121
- Sri E, dan Meilaty F. 2020. Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Eleven Cafe Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen &Ekonomi Islam (Jam-Ekis)*, 3(1), 108-124
- Sudaryono. 2014. *Aplikasi Statistik untuk Penelitian*. Jakarta Pusat : Lentera Ilmu Cendekia
- Sugiharto, A., dan Darmawan, M. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. Papatung: *Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik, Jurnal Papatung*, 4(2), 24-32
- Sugiono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.CV.
- Sunyoto, D. 2015. *Pengaruh Konsumen dan Pemasaran (Panduan Riset untuk Mengenal Konsumen*. Yogyakarta : CAPS.
- Syah, M. 2014. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Tjiptono, 2009. *Strategi Pemasaran Jasa*. CV. Andi:Yogyakarta
- Tjiptono, F dan Diana, A. 2016. *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Veri R,dan Juhaeri. 2022. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Paparan's Café Tangerang, *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 4(1). 172-186
- Weenas, Jackson R.S. 2013. Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan. Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comfort. *Jurnal EMBA*, 3(2), 45-51
- Yunita, D., dan Ali, H. 2017. Model of Purchasing Decision (Renting) of Generator Set : Analysis of Product Quality , Price an Service at PT . Hartekprima Listrindo, *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(1), 202–211.
- Zulaicha, S, dan Irawat, R. 2016. "Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan." *Jurnal Inovasi dan Bisnis*, 4(2), 125-136.

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFE TANEAN KABUPATEN SUMENEP

ORIGINALITY REPORT

14% SIMILARITY INDEX	8% INTERNET SOURCES	7% PUBLICATIONS	15% STUDENT PAPERS
--------------------------------	-------------------------------	---------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to University of Muhammadiyah Malang Student Paper	7%
2	eprints.umm.ac.id Internet Source	6%
3	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%