

## Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Kota Tomohon

Kurnia Rofel Lempas  
Johnny R. E. Tampi  
Olivia F. C. Walangitan

Program Studi Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi  
Email: [kurnialempas@gmail.com](mailto:kurnialempas@gmail.com)

---

**Abstrak.** *This study aims to determine the effect of price and place on purchasing decisions for pizza hut in the city of Tomohon. In this study using a quantitative approach with a sample of 100 respondents. The sampling technique in this study used the Simple Random Sampling Technique. Collecting data in this study using a questionnaire. Data that has met the requirements for analysis was processed using the IBM version of SPSS 25 computer program. The analysis technique used is validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple correlation coefficient, multiple linear regression, coefficient of determination, t test and f test. Based on the results of SPSS, It is known that the price partially has a positive and significant effect on purchasing decisions for Pizza Hut in Tomohon City. Location partially has a positive and significant effect on purchasing decisions for Pizza Hut in Tomohon City. Price and location simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions for Pizza Hut in Tomohon City.*

*Keywords: Price, Place, Purchase Decision*

---

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pizza hut di kota tomohon. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Simple Random Sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Data yang telah memenuhi syarat untuk dianalisis, diolah dengan menggunakan bantuan program computer SPSS versi IBM 25. Teknik analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, koefisien korelasi berganda, regresi linier berganda, koefisien dterminasi, uji t dan uji f. Berdasarkan hasil dari SPSS, diketahui bahwa Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon. Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon. Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon.

Kata Kunci : Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian

---

### Pendahuluan

Salah satu kebutuhan manusia yang paling penting yaitu kebutuhan pangan selain kebutuhan sandang dan kebutuhan papan. Dengan makan, tentunya setiap manusia dapat melangsungkan kehidupannya. Saat sekarang ini, banyak sekali bisnis kuliner yang menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang baik dan tepat. Dengan adanya strategi pemasaran yang baik dan tepat tentunya dapat berperan dalam menarik hati pembeli untuk membeli produk yang dijual. Dalam hal menikmati hidangan atau makanan, setiap orang memiliki selera dan cara yang berbeda-beda dalam menikmatinya. Pada era globalisasi seperti sekarang ini perubahan gaya hidup tentunya tidak dapat dihindari, dimana salah satu perubahan gaya hidup yang terjadi adalah kecenderungan dalam

mengonsumsi makanan cepat saji. Restoran cepat saji merupakan trend bisnis baru yang di sambut semua kalangan, karena restoran cepat saji menjanjikan kepraktisan ditengah kesibukan masyarakat sekarang ini.

PT. Sarimelati Kencana Tbk, atau yang lebih dikenal dengan Pizza Hut Indonesia merupakan perusahaan publik yang bergerak dalam bidang ritel makanan cepat saji dan bermarkas di Jakarta, Indonesia. Perusahaan ini merupakan pemegang hak waralaba tunggal pizza hut di Indonesia. Pada tahun 2004, perusahaan ini diakuisisi oleh PT Sriboga Raturaya, salah satu produsen tepung terigu di Indonesia.

Harga dinilai sebagai faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam memutuskan pembelian konsumen tentu akan mencari tahu harga

dan membeli produk sesuai dengan kemampuan membelinya. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan pada produk yang mereka jual dapat dijangkau oleh para pelanggan. Harga yang efisien dan terjangkau pasti akan menjadi alasan konsumen untuk membeli produk mereka (Kotler & Keller, 2012). Dengan adanya restoran yang mewah serta harga yang terjangkau seperti Pizza Hut, seharusnya banyak kalangan yang tertarik akan harga yang murah tersebut dengan kualitas produk yang baik tentunya. Akan tetapi meskipun sudah di barengi dengan promosi paket dan harga yang tergolong murah, tetap saja masih banyak konsumen yang tidak melakukan pembelian atau pembelian kembali produk Pizza Hut di Kota Tomohon. Hal ini mungkin dikarenakan dengan adanya pesaing restoran cepat saji yang lain di Kota Tomohon yaitu KFC, yang dimana di KFC untuk 1Pcs ayam di kenai harga Rp 19. 500,-. Berbeda dengan pizza hut yang dikenai harga Rp 35. 000,- untuk 1 pan ukuran personal, mungkin itu yang menjadi salah satu alasan kenapa konsumen tidak melakukan pembelian dan pembelian kembali di Pizza Hut Tomohon, dikarenakan adanya perbedaan harga dengan restoran cepat saji pesaing.

Lokasi juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Akses menuju lokasi yang dilalui mudah atau mudah dijangkau sarana umum (Tjiptono 2007). Pada usaha kuliner, strategi lokasi menjadi salah satu hal yang sangat penting dan harus diperhatikan karena sebelum konsumen berkunjung, konsumen juga akan mempertimbangkan lokasi tersebut. Pizza Hut Tomohon dapat dikatakan memiliki lokasi usaha yang sangat strategis, yaitu terletak di area keramaian yang berdekatan dengan perkantoran dan berada di pusat lintas penghubung daerah. Akan tetapi meskipun lokasi Pizza Hut yang sangat strategis di Tomohon, tetap saja masih banyak konsumen yang kurang dan jarang melakukan pembelian Pizza baik itu pemesanan makan di tempat atau bawa pulang (*take away*).

Sehingga berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan maka rumusan masalah yaitu, apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Pizza hut di Kota Tomohon. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon. Apakah terdapat pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon. Untuk mengetahui apakah terdapat

pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon.

### **Tinjauan Pustaka**

#### **Harga**

Menurut Tjiptono (2007), Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan ingin membeli produk yang ditawarkan agar perusahaan memperoleh keuntungan.

#### **Lokasi**

Menurut Alma (2003), Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Pemilihan dan penentuan lokasi merupakan ilmu penyelidikan tata ruang (*spatial order*) suatu kegiatan ekonomi. Pemilihan suatu lokasi usaha yang strategis dan tepat sangat menentukan keberhasilan suatu usaha di masa yang akan datang.

#### **Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler (2011), Keputusan Pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk atau jasa.

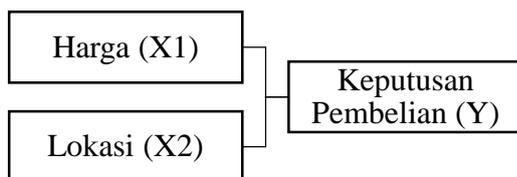
Keputusan Pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal masyarakat (Kotler, 2011).

Konsumen juga membentuk maksud untuk membeli merek yang disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan sebagai indikatornya:

1. Merek, pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek. Misalnya: kepercayaan dan popularitas merek.
2. Penyalur, pembeli harus mengambil keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap pembeli mempunyai pertimbangan yang berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap dan lain-lain. Misalnya: kemudahan mendapatkan produk dan ketersediaan produk.

3. Kuantitas, konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli. Misalnya: kebutuhan akan produk.
4. Waktu, keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya: ada yang membeli sebulan sekali, tiga bulan sekali, enam bulan sekali atau satu tahun sekali.
5. Metode Pembayaran, konsumen dalam membeli produk pasti harus melakukan suatu pembayaran. Pada saat pembayaran inilah biasanya konsumen ada yang melakukan pembayaran secara tunai maupun menggunakan kartu kredit. Hal ini tergantung dari kesanggupan tamu dalam melakukan suatu pembayaran.

#### Kerangka Berpikir



#### Hipotesis

- H1: Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon.  
 H2: Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon.  
 H3: Terdapat pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon.

#### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan proses data-data yang berupa angka sebagai alat menganalisis dan melakukan kajian penelitian, terutama mengenai apa yang sudah diteliti (Kasiram, 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Pizza Hut di Kota Tomohon yang jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Pengambilan sampel ditentukan menurut Roscoe dalam Uma Sekaran (2006), yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500, dianggap sudah mewakili, maka jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah simple random sampling. Data yang telah memenuhi syarat untuk dianalisis, diolah dengan

menggunakan bantuan program computer SPSS versi IBM 25.

Dalam penelitian ini terdapat 10 macam uji data, yaitu: uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien korelasi berganda, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan uji f.

#### Hasil Penelitian

##### 1. Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel	Ket
Harga (X1)	0,647	0,195	Valid
Lokasi (X2)	0,589	0,195	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	0,711	0,195	Valid

Berdasarkan hasil uji dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan dari nilai rata-rata r hitung kuesioner variabel independen (harga dan lokasi) dan variabel dependen (keputusan pembelian) semua dinyatakan valid, karena sesuai dengan teknik pengambilan keputusan  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ , sehingga semua item tersebut dapat dijadikan sebagai alat pengumpulan data.

##### 2. Uji Realibilitas

Variabel	Jumlah Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga (X1)	4	0,765	Reliabel
Lokasi (X2)	3	0,843	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	5	0,859	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui variabel X dan Y dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya, karena sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan bahwa instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6.

##### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu (residual) memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016). Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan alat uji Kolmogrov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikan 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan.

Hasil data pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada kolom *Kolmogorov-Smirnov* dapat diketahui nilai signifikansi *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* yaitu  $0,256 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

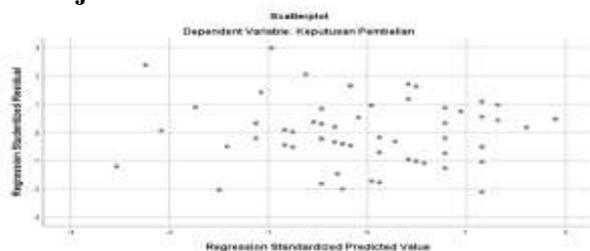
##### 4. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai dari *Variance*

Inflation Factor (VIF) dan Tolerancinya yang dapat mengidentifikasi ada tidaknya masalah multikolinearitas. Apabila nilai VIF < 10 atau nilai Tolerancinya > 0,10, maka model regresi yang digunakan pada penelitian ini dianggap tidak memiliki masalah multikolinieritas antar variabel independen.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai korelasi antar variabel *Independent* yaitu variabel Harga (X1) dan variabel Lokasi (X2) mempunyai nilai *output tolerance* dari masing-masing variabel menunjukkan angka yang sama yaitu 0,867 > 0,1 dan mempunyai nilai *output VIF* yang sama yaitu sebesar 1,153 < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel.

### 5. Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 6. Koefisien Korelasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics Sig. F Change
1	.666 <sup>a</sup>	.444	.433	2.00250	.000

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Nilai Sig. F Change sebesar 0,000 (<0,05) maka bisa disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) dan Lokasi (X2) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian Pizza Hut (Y) secara simultan. Nilai R (Koefisien Korelasi) sebesar 0,666, maka bisa disimpulkan tingkat hubungan antara Harga (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara simultan memiliki hubungan yang kuat.

### 7. Regresi Linier Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstand Coefficients		Standard Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	t		
1 (Constant)	4.919	1.972			2.495	.014
Harga	.703	.103	.553	6.803		.000
Lokasi	.357	.131	.221	2.721		.008

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 25 maka diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 4,919 + 0,703 + 0,357 + e$$

Persamaan regresi linier diatas memperhatikan hubungan antara variabel independen secara parsial.

### 8. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666 <sup>a</sup>	.444	.433	2.00250

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Berdasarkan hasil penelitian dalam tabel diatas maka dapat diketahui nilai R Square sebesar 0,444, yang artinya pengaruh variabel Harga (X1) dan Lokasi (X2) terhadap variabel Keputusan Pembelian Pizza Hut (Y) adalah sebesar 44,4 %.

### 9. Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstand Coefficients		Stand Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	t		
1 (Constant)	4.919	1.972			2.495	.014
Harga	.703	.103	.553	6.803		.000
Lokasi	.357	.131	.221	2.721		.008

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh  $t_{hitung}$  untuk variabel Harga sebesar 6,803,  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 yang berarti bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  (6,803 > 1,985). Dengan nilai Sig. 0,00 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya "Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon".

Hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh  $t_{hitung}$  untuk variabel Lokasi sebesar 2,721,  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 yang berarti bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  (2,721 > 1,985). Dengan nilai Sig. 0,008 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya "Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon".

### 10. Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	310.821	2	155.410	38.756	.000 <sup>b</sup>
Residual	388.969	97	4.010		
Total	699.790	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Dari hasil pengujian di atas diperoleh nilai signifikansi untuk pengaruh Harga (X1) dan Lokasi (X2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon (Y) sebesar 0,000 < 0,05 artinya signifikan dan  $f_{hitung}$  38,756 >  $f_{tabel}$  3,089 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga

yaitu Harga (X1) dan Lokasi (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon (Y).

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh nilai R Square sebesar 0,444. Artinya Harga dan Lokasi memberikan kontribusi pengaruh sebesar 44,4% terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon, sedangkan 55,6% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon**

Berdasarkan hasil pengujian maka diperoleh hasil secara parsial nilai variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Pizza Hut dikarenakan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,803  $> t_{tabel}$  1,985.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu, Rombon (2021) tentang pengaruh produk, harga, promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian handphone di toko bahtera cell it center kota manado. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  3,235  $> t_{tabel}$  2,014

### **Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon**

Berdasarkan hasil pengujian maka diperoleh hasil secara parsial nilai variabel lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Pizza Hut dikarenakan nilai signifikan sebesar  $0,008 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,721  $> t_{tabel}$  1,985.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu, Rombon (2021) tentang pengaruh produk, harga, promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian handphone di toko bahtera cell it center kota manado. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan sebesar  $0,003 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  3,192  $> t_{tabel}$  2,014

### **Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon**

Dalam penelitian ini diketahui bahwa variabel Harga (X1) dan variabel Lokasi (X2) secara simultan menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon (Y), dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai *lever for significant*. Berdasarkan hasil analisis

koefisien korelasi berganda terlihat juga bahwa variabel Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dimana  $f_{hitung}$  yang dimiliki sebesar 38,756 lebih besar dari nilai  $f_{tabel}$ .

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan sebelumnya oleh Tjahyadi (2017) tentang Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembeli Motor Yamaha Pada PT. Hasjrat Abadi Manado. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil uji koefisien determinasi atau R square ( $r^2$ ) adalah sebesar 0,387 yang menunjukkan bahwa 38,7% keputusan pembeli motor Yamaha pada PT. Hasjrat Abadi Manado, dipengaruhi oleh variabel-variabel seperti produk, harga, tempat dan lokasi, serta sisanya 61,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel marketing mix yang lain.

### **Simpulan**

Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon. Dalam penelitian ini yaitu ada pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian pizza hut dapat diterima. Jadi, harga yang terjangkau dan kualitas yang baik, maka konsumen lebih semakin tertarik dengan produk yang ada.

Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon. Dalam penelitian ini yaitu ada pengaruh variabel lokasi terhadap keputusan pembelian pizza hut dapat diterima. Jadi, lokasi yang strategis dan nyaman, maka konsumen dapat tertarik untuk membeli produk pizza hut yang ada.

Harga dan Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Kota Tomohon. Dengan hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penetapan harga dan lokasi yang strategis juga kualitas dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dan pembelian kembali produk Pizza Hut di Kota Tomohon.

### **Daftar Pustaka**

- Alma, Buchari. 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasiram, Moh. 2008. *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers.
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler & Keller. 2012. *Marketing Management, 14<sup>th</sup>*, Person Education.
- Uma Sekaran. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Rombon, V. F. A., Pelleng, F. A., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Toko Bahtera Cell It Center Kota Manado. *Productivity*, 2(3), 12-16.
- Tjahyadi, Z. R., Sumayku, S., & Tumbel, T. M. (2017). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembeli Motor Yamaha Pada PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 5(003).
- Tjiptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran, Edisi ke Dua*. Yogyakarta: Andi.