



JIK-MC
Health Sciences Journal

Jurnal Ilmu Kesehatan

Terbit Online:
<https://journal-mandiracendikia.com/index.php/JIK-MC>

Mandira Cendikia

ISSN: 2964-2434

PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MINAT MEMILIH FASILITAS KESEHATAN DI KABUPATEN DELI SERDANG (STUDI KASUS PADA KLINIK TUTUN SEHATI TANJUNG MORAWA)

Fahmi Irsan Nasution¹, Ekawani Suryani Mastari²

Institut Kesehatan Helvetia Medan¹²

*Email Korespondensi: irsanfahmi89@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Minat Memilih Fasilitas Kesehatan Pada Klinik Tutun Sehati Kabupaten Deli Serdang. Jenis penelitian ini adalah pendekatan asosiatif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Klinik Tutun Sehati sebanyak 843 konsumen dengan menggunakan teknik rumus slovin, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 90 responden diambil dari sebagian populasi. Berdasarkan uji simultan (Uji-F) dengan nilai 105.980 menunjukkan bahwa harga dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Memilih Fasilitas Kesehatan pada Klinik Tutun Sehati Kabupaten Deli Serdang. Hasil pengujian secara parsial (Uji-t) dengan nilai 4.505 pada harga dan 2.082 pada lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Memilih Fasilitas Kesehatan pada Klinik Tutun Sehati. Berdasarkan nilai Adjusted R Square sebesar 0.702. Hal ini berarti menunjukkan bahwa sebesar 70,2% faktor-faktor Minat Memilih dapat dijelaskan oleh variabel harga dan lokasi. Sedangkan sisanya sebesar 29,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ikut sertakan pada penelitian ini.

Kata kunci : Harga, Lokasi Terhadap Minat Memilih Fasilitas Kesehatan

ABSTRACT

This research aims to determine "The influence of price and location on choosing health facilities at the Tutun Sehati Clinic, Deli Serdang Regency. This type of research is an associative and quantitative approach. The population in this study was 843 Tutun Sehati Clinic consumers using the Slovin formula technique, so the total sample in this study was 90 respondents taken from part of the population. Based on a simultaneous test (F-Test) with a value of 105,980, it shows that price and location simultaneously have a positive and significant effect on interest in choosing health facilities at the Tutun Sehati Clinic, Deli Serdang Regency. The partial test results (t-test) with a value of 4,505 on price and 2,082 on location partially have a positive and significant effect on interest in choosing health facilities at the Tutun Sehati Clinic. Based on the Adjusted R Square value of 0.702. This means that 70.2% of buying interest factors can be explained by price and location variables. Meanwhile, the remaining 29.8% is explained by other variables not included in this study.

Keywords: Price and Location on Buying Interest

PENDAHULUAN

Di Indonesia populasi penduduk terus meningkat setiap tahunnya terutama di kota medan. Menurut Badan Pusat Statistik kota Medan, pada tahun 2017 penduduk kota Medan mencapai 2.247.425 jiwa, lalu pada tahun 2018 penduduk kota Medan meningkat menjadi 2.264.145 jiwa dan pada tahun 2019 penduduk kota medan juga sudah mencapai 2.279.894 jiwa, Dengan peningkatan jumlah penduduk ini, tentunya akan terus bertambah permintaan pasar khususnya rumah. Dikarenakan tempat tinggal adalah salah satu kebutuhan pokok yang wajib dipenuhi.

Karena banyaknya permintaan pasar atas rumah, di Indonesia khususnya di medan sudah cukup banyak perusahaan-perusahaan properti yang bersaing penjualan rumah dengan ketat. Ditambah semakin berkembangnya teknologi pada era globalisasi saat ini, setiap perusahaan pasti berusaha untuk selalu bisa meningkatkan kualitas produksi, pelayanan, bahkan manajemen pemasaran dengan tujuan agar bisa memancing minat konsumen untuk membeli produk yang dibuat oleh setiap perusahaan. Menurut Ferdinand dalam Ashari (2012) Minat Memilihadalah kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

Strategi pemasaran sangatlah penting bagi sebuah perusahaan karena hal itu yang bisa menentukan kemajuan bagi perusahaan. Pemasaran sebuah produk harusnya disinkronkan dengan tingkat permintaan atas produk sehingga mudah dikendalikan produk yang berada di pasaran. Hal pemicu tingginya tingkat penjualan yaitu karena adanya permintaan produk dengan kualitas yang bagus dan harga yang cukup terjangkau. Maka perusahaan juga harus menyesuaikan harga dengan keinginan, kebutuhan dan kemampuan konsumen agar perusahaan dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Dalam proses penetapan harga suatu produk didasarkan atas pertimbangan besarnya biaya produksi dan berbagai faktor lainnya agar perusahaan dapat memperoleh laba. Maka dari itu penetapan harga yang bagus akan menentukan banyak ataupun sedikitnya konsumen yang berminat untuk membeli produk dan sekaligus mempengaruhi laba dan penjualan sebuah perusahaan.

Dharmmesta dan Handoko (2011) mengemukakan harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan. Maka dari itu perusahaan harus bisa menentukan harga yang cocok untuk bisa bersaing. Selain menentukan harga yang tepat, lokasi juga menjadi faktor yang harus diperhatikan konsumen saat memilih Fasilitas Kesehatan. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi strategis, karena dapat membantu menentukan realisasi tujuan badan usaha. Lokasi yang baik mengacu pada lokasi di kawasan strategis yang memungkinkan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Letak geografis yang unggul dan letak geografis yang terjangkau akan menarik konsumen untuk memilih Fasilitas Kesehatan. Semakin bagus lokasi tersebut maka konsumen akan semakin puas, apabila konsumen merasa puas dan nyaman maka hal ini akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang akan dilakukan konsumen.

Lokasi adalah tempat di mana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi Memah dkk (2015). Sebuah lokasi yang strategis akan mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen sehingga konsumen puas.

METODE PENELITIAN

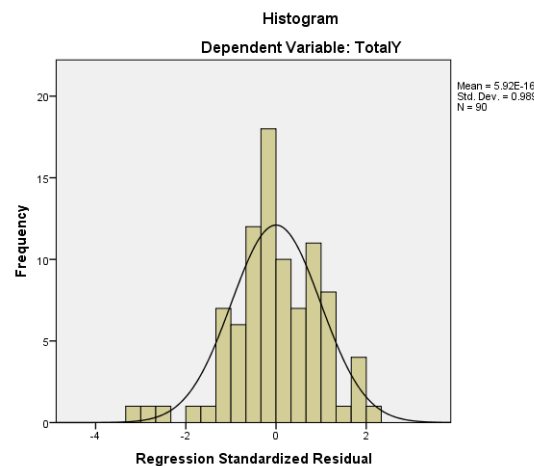
Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif Tempat penelitian berlokasi di Klinik Tutun Sehati yang beralamat di Jl. Ps. Baru No.KM. 16,5, Limau Manis, Kec. Tj.

Morawa, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20362. Dalam penelitian objek populasi Pasien Klinik Tutun Sehati berjumlah 843 orang yang telah memilih Pelayanan kesehatan Klinik Tutun Sehati 2023.. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini mengacu pada rumus Slovin, Berdasarkan hasil dari rumus di atas, dapat diketahui jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 90 responden.

HASIL PENELITIAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas pendekatan Histogram dapat dilihat pada Gambar 12 :



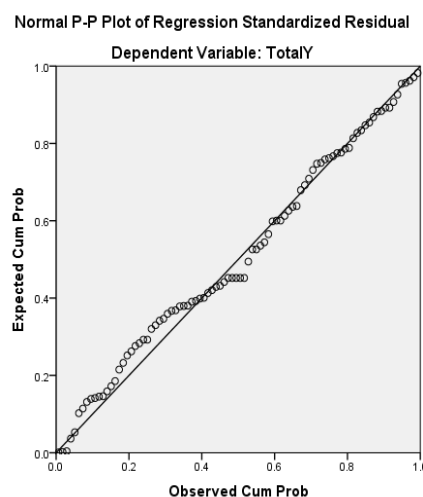
Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah, 2024)

Gambar 1. Uji Normalitas Pendekatan Histogram

Uji Normalitas Data dengan pendekatan histogram di atas menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan telah berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari garis histogram yang tidak melenceng ke kiri atau ke kanan, sehingga penyebaran datanya telah berdistribusi secara normal.

Uji Normalitas Pendekatan Grafik Normal *Probability Plot*

Uji Normalitas dengan pendekatan Grafik Normal *Probability Plot* dapat dilihat pada Gambar 2 berikut :



Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah, 2024)

Gambar 2. Uji Normalitas P-P Plot

Berdasarkan hasil Uji Normalitas dengan pendekatan grafik di atas, dapat diketahui bahwa data memiliki distribusi atau penyebaran yang normal. Hal ini dapat dilihat dari gambar di atas, titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data yang kita punya berdistribusi normal. Namun untuk lebih memastikan bahwa data di sepanjang garis diagonal berdistribusi normal maka dilakukan uji Kolmogorov-Smirnov.

Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)

**Tabel 4. Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Mean		0E-7
Parameter s ^{a,b}	Std. Deviation	1.95518669
Most Extreme	Absolute	.071
Differences	Positive	.071
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.671
Asymp. Sig. (2-tailed)		.759

a. Test distribution is Normal.

a. Calculated from data.

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah, 2024)

Berdasarkan Tabel 4., dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0.759. Hal ini menunjukkan bahwa nilainya di atas nilai signifikan 5% (0.05). Oleh karena itu, sesuai dengan analisis grafik, analisis statistik dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov juga menyatakan bahwa variabel residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

**Tabel 5. Uji Multikolinearitas
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.709	1.980		.863	.391
1 Harga	.416	.092	.385	4.505	.000
Lokasi	.531	.088	.517	6.054	.000

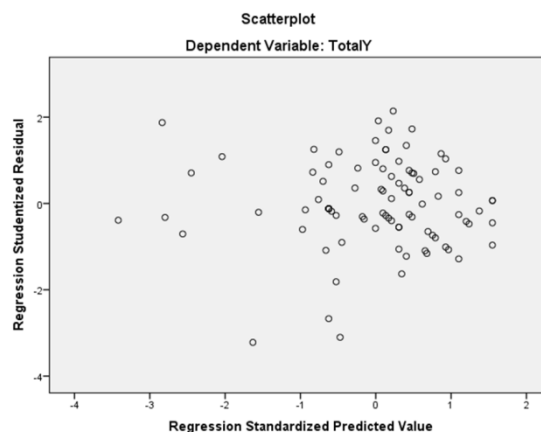
a. Dependent Variable: Minat memilih
Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah, 2024)

Dari Tabel 5 dapat dilihat bahwa :

- Nilai VIF dari variabel harga dan lokasi lebih kecil atau di bawah 10 ($VIF < 10$), ini berarti tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
- Nilai *Tolerance* dari variabel harga dan lokasi lebih besar dari 0.1 (Nilai *Tolerance* > 0.1), ini berarti tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Metode yang digunakan dalam mendeteksi heteroskedastisitas adalah metode *scatter plot*. Dasar analisis metode ini adalah jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah, 2024)

Gambar 3. Uji Scatter Plot

Berdasarkan Gambar 3 dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka berdasarkan metode *scatter plot* tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) yang terdiri dari Harga (X1) dan Lokasi (X2) terhadap variabel terikat (Y) yaitu Minat Memilih.

Tabel 6. Koefisien Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.709	1.980		.863	.391
1 Harga	.416	.092	.385	4.505	.000
Lokasi	.531	.088	.517	6.054	.000

a. Dependent Variable: Minat Memilih

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah, 2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti terlihat pada Tabel 4.17, kolom *Unstandardized Coefficients* bagian B diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,709 + 0,416X_1 + 0,531X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

1. **Konstanta (a)** = 1,709. Hasil dari nilai konstanta pada regresi di atas adalah 1,709. Hal ini menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen harga (X1) dan lokasi (X2) bernilai 0, maka nilai variabel dependen Minat Memilih(Y) adalah 1,709.
2. **Koefisien X1** = 0,416. Hasil koefisien regresi harga adalah 0,416. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga (X1) berhubungan positif terhadap Minat Memilih(Y). Jika harga (X1) ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka Minat Memilih akan bertambah sebesar 0,416 atau dengan kata lain jika variabel harga (X1) ditingkatkan maka Minat Memilih Fasilitas Kesehatan pada Klinik Tutun Sehati akan meningkat.
3. **Koefisien X2** = 0,531. Hasil koefisien regresi lokasi adalah 0,531. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi (X2) berhubungan positif terhadap Minat Memilih(Y). Jika lokasi (X2) ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka Minat Memilih akan bertambah sebesar 0,531 atau dengan kata lain jika variabel harga (X2) ditingkatkan maka Minat Memilih Fasilitas Kesehatan pada Klinik Tutun Sehati akan meningkat.
- 4.

Uji Hipotesis

1. Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik-F)

Tabel 7. Uji Signifikasi Simultan (Uji-F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	828.897	2	414.449	105.980	.000 ^b
Residual	340.225	87	3.911		
Total	1169.122	89			

a. Dependent Variable: Minat Memilih

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah, 2024)

Maka dapat dilihat pada Tabel 7 bahwa nilai F_{hitung} adalah 105.980 dengan tingkat signifikansi 0.000. Sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$) adalah 2.71. Oleh karena itu, $F_{hitung} 105.980 > F_{tabel} 2.71$ dan tingkat signifikansinya $0.000 < 0.05$ menunjukkan bahwa variabel bebas (harga dan lokasi) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Memilih Fasilitas Kesehatan pada Klinik Tutun Sehati

Uji Parsial (Uji-t)

**Tabel 8. Uji Parsial (Uji-t)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.709	1.980		.863	.391
1 Harga	.416	.092	.385	4.505	.000
Lokasi	.531	.088	.517	6.054	.000

a. Dependent Variable: Minat memilih

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah, 2024)

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa :

a. Variabel harga (X1)

Nilai t_{hitung} variabel harga adalah 4.505 dan nilai t_{tabel} 1.662 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4.505 > 1.662) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan ($0.000 < 0.05$) secara parsial terhadap minat beli. Artinya, jika variabel harga ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka Minat Memilihkan meningkat sebesar 0.416.

b. Variabel lokasi (X2)

Nilai t_{hitung} variabel lokasi adalah 6.054 dan nilai t_{tabel} 1.662 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ (6.054 > 1.662) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan ($0.000 < 0.05$) secara parsial terhadap minat beli. Artinya, jika variabel lokasi ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka Minat Memilih akan meningkat sebesar 0.531.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

**Tabel 9. Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.709	.702	1.97753

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah, 2024)

Berdasarkan Tabel 9 terlihat bahwa nilai R adalah 0.842, artinya hubungan antara harga dan lokasi terhadap Minat Memilih sebesar 84,2% berarti hubungannya erat. Adjusted R Square sebesar 0.702. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 70,2% Minat Memilih Fasilitas Kesehatan pada Klinik Tutun Sehati Kabupaten Deli Serdang dapat dijelaskan oleh variabel harga dan lokasi sedangkan sisanya sebesar 29,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diikuti sertakan pada penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Variabel Harga Terhadap Minat Beli

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat memilih, hal ini terlihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4.505 >

1.662) dan nilai signifikan ($0.000 < 0.05$). Dengan menciptakan harga yang tepat, hal tersebut dapat mempengaruhi konsumen dalam memberikan penilaian terhadap kepuasan pasien dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya. Maka dari itu Klinik Tutun Sehati alangkah baiknya tetap mempertahankan hal ini agar bisa memancing konsumen lainnya untuk memilih Fasilitas Kesehatan di.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Elina Monica (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan, dan Promosi Terhadap Minat Memilih Perumahan Taman Safira Bondowoso”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

Pengaruh Variabel Lokasi Terhadap Minat Beli

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Memilih ini terlihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6.054 < 1.662$) dan nilai signifikan ($0.000 > 0.05$). Hasil penelitian ini dapat diartikan bahwa pemilihan lokasi yang tepat dan strategis untuk mendirikan perumahan sangat lah penting dan sangat berpengaruh, karena dengan lokasi yang strategis Minat Memilih konsumen akan semakin tinggi. hal tersebut dikarenakan mempengaruhi konsumen dalam memberikan penilaian terhadap kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhan, kenyamanan ataupun keinginannya.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mira Ismirani, Dedi Karmana dan Dadad Zainal Musadad (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Penetapan Harga, Kualitas dan Lokasi Terhadap Minat Memilih Mahasiswa di Kios Buku Pasar Palasari Kota Bandung”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

Berdasarkan perhitungan maka didapatkan bahwa pada penelitian ini R sebesar 0.842 yang berarti hubungan antara variabel harga (X1) dan lokasi (X2) terhadap Minat Memilih (Y) pada Klinik Tutun Sehat sebesar 84,2%, yang berarti hubungannya erat. Angka Adjusted R Square sebesar 0.702 berarti sebesar 70,2% Minat Memilih Fasilitas Kesehatan pada Klinik Tutun Sehat dapat dijelaskan oleh variabel harga dan lokasi. Sedangkan sisanya 29,8% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil pengujian secara simultan (Uji-F) dengan nilai 105.980 menunjukkan bahwa harga dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Memilih Fasilitas Kesehatan pada Klinik Tutun Sehati Kota Madya Medan.
2. Hasil pengujian secara parsial (Uji-t) dengan nilai 4.505 pada harga dan 2.082 pada lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Memilih Fasilitas Kesehatan pada Klinik Tutun Sehati Kota Madya Medan.
3. Berdasarkan nilai Adjusted R Square sebesar 0.702. Hal ini berarti menunjukkan bahwa sebesar 70,2% faktor-faktor Minat Memilih dapat dijelaskan oleh variabel harga dan lokasi. Sedangkan sisanya sebesar 29,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan pada penelitian ini.
4. Dari penelitian ini diketahui bahwa harga memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap Minat Memilih Fasilitas Kesehatan pada Klinik Tutun Sehati Kabupaten Deli Serdang dikarenakan memiliki nilai paling tinggi pada hasil pengolahan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Memilih Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang . 1-16.
- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Buku Seru.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Azwar, S. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bilson, S. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2011). *Manajemen Pemasaran (Analisis Perilaku Konsumen). Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Fandy, Tjiptono, & Gregorius, c. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Fauziah, N., & Mubarak, D. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Memilih: Studi Pada Produk Kecantikan. *Journal Image*, 37-44.
- Garson, G. D. (2012). *Testing Statistical Assumption*. Asheboro: Statistical Associates Publishing.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25; Edisi 9; Cetakan 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* . Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. R. (2014). *Total Marketing*. Yogyakarta: Kobis.
- Memah, D., Tumbel, A., & Van Rate, P. (2015). Analisis Strategi Promosi, Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Citraland Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1263-1273.
- Puspitasari, A. D. (2016). Pengaruh Store Atmosphere dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 2-18.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* . Jakarta : Salemba Empat.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2012). *Research Methods for business students; 6th ed*. London: Pearson Education.
- Setiadi, N. J. (2011). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Bandung: Prenada Media.
- Sinaga, R. E., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh youtube beauty vlogger terhadap Minat Memilih konsumen dan dampaknya terhadap keputusan pembelian produk (studi pada pengguna kosmetik maybelline di indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 187-196.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunoyo, D. (2013). *Teori, Kuisisioner, dan Analisis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu.