
MINAT BELI KONSUMEN PADA KANTIN EXOTIC DI KALIBEKER, MOJOTENGAH, WONOSOBO

Vika Nur Anifah, Hermawan

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Al-Qur'an

E-mail : vikaanifah98@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh suasana toko, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Kantin Exotic. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Kantin Exotic. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 orang responden yang merupakan 75 orang responden konsumen Kantin Exotic. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian ini dianalisis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,173 dengan signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,071 dengan signifikansi sebesar $0,042 < 0,05$. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,705 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Suasana Toko, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

This study aims to prove the effect of shop atmosphere, location, and service quality on consumer buying interest in the Exotic Canteen. This research was conducted on Exotic Canteen consumers. The sample in this study were 75 respondents who were 75 respondents who were consumers of the Exotic Canteen. The data were collected using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The results of this study were analyzed using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the shop atmosphere has a positive effect on consumer buying interest. This is evidenced by the t value of 3.173 with a significance of $0.002 < 0.05$. Location has a positive effect on consumer buying interest. This is evidenced by the t value of 2.071 with a significance of $0.042 < 0.05$. Service quality has a positive effect on consumer purchase interest. This is evidenced by the t value of 3.705 with a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords : Store atmosphere, location, service quality, consumer buying interest

1. PENDAHULUAN

Kondisi persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pengusaha untuk mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing. Kegiatan usaha pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal guna mempertahankan keberadaan perusahaan di tengah persaingan. Banyaknya perusahaan yang berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen menjadikan kompetisi antar perusahaan berlangsung semakin ketat. Ada berbagai macam bisnis yang bisa menjadi peluang usaha, salah satunya adalah bisnis kuliner seperti bisnis kedai yang memiliki peluang usaha yang menguntungkan. Peluang ini juga dimanfaatkan oleh pemilik Kantin Exotic yang berlokasi di Kalibeber untuk mendirikan usaha kuliner. Alasannya karena lokasi yang strategis dan berada di lingkungan kampus, pondok pesantren serta sekolah.

Minat beli merupakan salah satu variabel yang menentukan dalam keberlangsungan tempat usaha sehingga penting untuk melihat minat beli pada suatu tempat usaha (Juwita dan Hermawan, 2020). Kondisi minat beli di Kantin Exotic saat ini banyak konsumen yang datang langsung ke kedai atau memesan melalui *delivery order* via Grab Food. Penjualan di Kantin Exotic meningkat seiring dengan meningkatnya beli konsumen dikarenakan beberapa faktor yaitu ketertarikan, perhatian dan pencarian informasi. Banyak konsumen yang sudah merasakan kepuasan produk kuliner yang mereka beli di Kantin Exotic.

Beberapa referensi menyatakan bahwa minat beli dipengaruhi oleh suasana toko, lokasi dan pelayanan. Minat beli pada Kantin Exotic mengalami penurunan pada beberapa tahun terakhir ini. Berdasarkan wawancara awal dengan beberapa pelanggan terjadi permasalahan kualitas pelayanan oleh pegawai Kantin Exotic dimana pelayanan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi minat beli. Beberapa pelanggan lain menganggap bahwa variabel suasana Kedai dan lokasi merupakan daya Tarik dari Kantin Exotic. Maka dari itu perlu dilakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh suasana toko, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen

pada Kantin Exotic di Kalibeber, Mojotengah Wonosobo (Kajian Ilmu Manajemen dan Arsitektur).

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen antara lain adalah suasana toko, lokasi dan kualitas pelayanan. Hal ini sesuai pendapat Sutisna (2001:64) bahwa suasana toko (*store atmosphere*) juga akan menentukan *image* toko itu sendiri. Jika toko dilengkapi dengan pengaturan ruangan yang nyaman, penyejuk udara, artistik penggunaan warna cat dinding yang sejuk dan parkir yang luas semuanya menunjukkan adanya suasana toko yang berkkelas. Faktor lain yang mempengaruhi minat beli adalah lokasi, lokasi sangat penting bagi pelaku usaha dan merupakan aspek penting pemasaran. Swastha (2000) mendefinisikan lokasi adalah letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Menurut Zimmerer dan Scarborough (2009:290) dalam memilih kriteria lokasi untuk bisnis ritel dan jasa tidak banyak keputusan penting yang diambil.).

Kualitas pelayanan yang diberikan suatu kantin kepada konsumen juga sangat penting.). Kualitas pelayanan yang diberikan suatu kantin kepada konsumen juga sangat penting. Kualitas pelayanan dapat memberikan keuntungan maupun kerugian. Apabila dalam sebuah kedai dapat memberikan pelayanan yang baik yang dapat memuaskan hati para pelanggan, pelanggan tersebut akan berminat untuk membeli ataupun mengonsumsi makanan dan minuman dari kedai tersebut. Sebaliknya apabila dalam memberikan pelayanan tidak maksimal, hal ini dapat menimbulkan kekecewaan di hati para pelanggan. Sehingga para pelanggan akan berpindah ke tempat yang lain dan menyebabkan kerugian bagi cafe itu sendiri (Resti & Soesanto, 2016).

Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, berdasarkan hal ini maka analisa mengenai proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan. Menurut Howard (1994) minat beli merupakan sesuatu yang

berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.

Store atmosphere merupakan salah satu faktor yang dimiliki toko untuk menarik konsumen. Setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan pembeli untuk berputar-putar di dalamnya. Menurut Gilbert (2003:129) menjelaskan bahwa *store atmosphere* merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan. *Store atmosphere* dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian.

Mengacu pada teori dan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Suasana toko berpengaruh positif minat beli konsumen
 H2 : Lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen
 H3 : Pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini akan menjelaskan hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti (Mualifu dkk, 2019).

Untuk penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen Kantin Exotic yang tidak diketahui jumlahnya dengan pasti.. Pengambilan sampel dalam penelitian ini terdiri dari sejumlah konsumen yang membeli makanan dan minuman yang dipilih dari populasi. Konsumen yang berbelanja di Exotic tidak dapat diketahui dengan pasti jumlahnya, maka jumlah sampel yang dianjurkan antara 50-100 sampel (Santoso, 2002).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*. Teknik pengambilan sampel dimana tidak semua individu dalam populasi diberi peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini mempunyai kemungkinan rendah dalam

menghasilkan sampel yang representatif menurut Sugiyono (2002).

Obyek yang dipilih dalam penelitian ini yaitu pada makanan dan minuman di Kantin Exotic. Mengingat jumlah sampel yang tidak dapat diketahui jumlahnya maka peneliti menggunakan rumus untuk menentukan jumlah sampel. Adapun rumus menurut Hair, dkk (2006) adalah sebagai berikut:

(Jumlah Indikator X *Estimated Parameter*) sampel minuman dan makanan pada penelitian ini adalah $(15 \times 5) = 75$

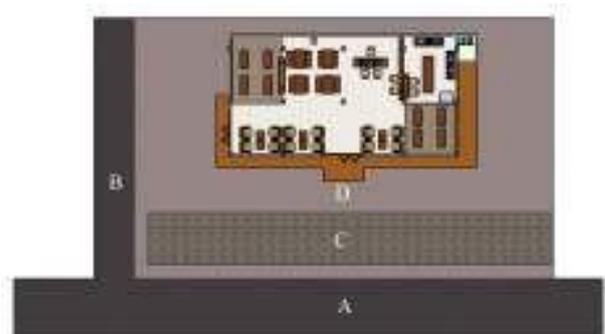
Untuk memudahkan pengambilan sampel, maka penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 75.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif dan kuantitatif dimana informasi yang berasal dari hasil wawancara dengan narasumber dan questioner (Suryo dkk, 2020). Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data diperoleh. Dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

Dalam usaha untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah: Observasi, Metode dokumentasi, kuesioner.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Zona kantin



Gambar 1. Zona Kantin

Keterangan:

A : Jalan Raya Hasyim

Asy'ari

B : Jalan Rusunawa

UNSIQ

C : Pertokoan

D : Area Cafe Exotic

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif Jenis Kelamin

	Frekuensi	Persentase	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Perempuan	51	68,0	68,0	68,0
Laki-Laki	24	32,0	32,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Dari tabel 1 menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini yaitu konsumen Kedai Exotic terbanyak berjenis kelamin perempuan sebanyak 51 responden atau 68,0%, responden yang berjenis kelamin laki-laki 24 responden atau 32,0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini adalah perempuan yaitu 51 responden atau 68,0%.

Analisis Deskriptif Variabel

Tabel 2. Analisis Deskriptif Variabel
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Suasana_Toko	75	4,00	20,00	15,1733	3,06847
Lokasi	75	3,00	15,00	12,2267	2,22135
Kualitas_Pelayanan	75	5,00	25,00	18,9067	4,10726
Minat_Beli_Konsumen	75	3,00	15,00	10,7200	2,33979
Valid N (listwise)	75				

Sedangkan skala pengukuran yang tinggi akan menunjukkan memiliki suasana toko yang nyaman untuk mendukung usahanya. Maksimum jawaban 20.00 yang terletak pada rata-rata 15.1733. Minimum 4.00 dan standar deviasi 3.06847 sedangkan rata-rata

teoritisnya 15.1733.

Uji Validitas

Tabel 3. Uji Validitas

Validitas	Kisaran Korelasi	Signifikansi	Keterangan
Suasana Toko	0,766** - 0,886**	0,000	Valid
Lokasi	0,787** - 0,873**	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan	0,758** - 0,894**	0,000	Valid
Minat Beli Konsumen	0,824** - 0,879**	0,000	Valid

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Tanda	Batas	Keterangan
Suasana Toko	0,830	>	0,7	Reliabel
Lokasi	0,795	>	0,7	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,897	>	0,7	Reliabel
Minat Beli Konsumen	0,821	>	0,7	Reliabel

Secara keseluruhan uji reliabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini telah menunjukkan hasil yang memuaskan. Hal ini terlihat dari *Cronbach's Alpha Based on Standardized Item* yang lebih besar dari nilai batas bawah *Cronbach's Alpha Based on Standardized Item* 0,7. Sehingga seluruh pernyataan yang berkaitan dengan variabel suasana toko, lokasi, kualitas pelayanan dan minat beli konsumen adalah *reliable*.

Uji Kelayakan Model/ Goodness Of Fit (Uji F)

Tabel 5. Uji Kelayakan Model
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	255,675	3	85,225	40,490	,000 ^a

Residual	149.445	71	2.105		
Total	405.120	74			

- a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Lokasi, Suasana_Toko
 b. Dependent Variable: Minat_Beli

Dari tabel 5. diperoleh Nilai Fhitung sebesar 40.490 dengan nilai signifikan 0,000. Nilai Fhitung $40.490 > F_{tabel} > 2,73$ dan nilai signifikan lebih kecil dari nilai *Probability* 0,05 atau $0,000 < 0,05$, artinya model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak.

Uji Normalitas

Tabel 6. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N	75
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	.0000000
Std. Deviation	1.42110113
Most Extreme Differences	.054
Positive	.046
Negative	-.054
Kolmogorov-Smirnov Z	.470
Asymp. Sig. (2-tailed)	.980

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.

Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan normalitas dengan menggunakan *One Sample Kolmogrov- Smirnof Test* memiliki probabilitas tingkat signifikan di atas tingkat $\alpha = 0,05$ yaitu 0,980. Hal ini berarti dalam model regresi terdapat variabel residual yang terdistribusisecara normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7.Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Collinearity statistic	
	Tolerance	VIF
Suasana Toko	0,485	2,083
Lokasi	0,622	1,608
Kualitas Pelayanan	0,463	2,159

Dari tabel 7 di atas, terlihat hasil bahwa semua variabel bebas (independen) yaitu suasana toko 0,485, lokasi 0,622 dan kualitas pelayanan 0,463 memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ dan suasana toko 2,083, lokasi 1,608 dan kualitas pelayanan 2,159 nilai VIF < 10 , sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dan model regresi.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.255	1.0249		.249	.804
Suasana_Toko	.250	.0790	.329	3.173	.002
Lokasi	.199	.0961	.189	2.071	.042
Kualitas_Pelayanan	.224	.0604	.392	3.705	.000

- a. Dependent Variable: Minat_Beli
 Sumber : Data Primer diolah, 2021

$$Y = 0,255 + 0,250X_1 + 0,199X_2 + 0,224X_3 + 1.45081$$

Pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen di Kantin Exotic

Berdasarkan hasil penelitian yang menguji pengaruh suasana Sehingga dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima karena variabel suasana toko memiliki pengaruh terhadap variabel minat beli konsumen.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki standar pelayanan yang baik dibuktikan dengan banyaknya calon pengunjung yang datang ke kantin lebih

besar dibandingkan dengan harga dan manfaat yang dirasakan bagi konsumen sehingga menimbulkan rasa minat beli calon konsumen untuk datang ke Kantin Exotic.

Pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen di Kantin Exotic

Berdasarkan hasil penelitian yang menguji pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen menunjukkan bahwa hasil H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Artinya lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan membuat konsumen berminat untuk membeli. Hasil penelitian ini sesuai dan sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Roudhotul Jannah (2017) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada Mini Market Al-Jhon 2 Pagar Dewa Kota Bengkulu.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin strategis lokasi dengan akses yang mudah untuk dijangkau dan kelancaran menuju lokasi, lingkungan yang aman maka akan menarik rasa minat beli calon konsumen.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Kantin Exotic

Berdasarkan hasil penelitian yang menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen menunjukkan bahwa hasil H_0 ditolak dan H_a diterima karena variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap variabel minat beli konsumen.

4. PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,173 dengan signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,071 dengan signifikansi sebesar $0,042 < 0,05$. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,705 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adabi. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen - VOL. 12 (1) 2020*.
- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Alfianto, (2014). Pengaruh Desain Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Konsumen Memebeli Sepeda Motor Yamaha Merek NewV-IXION FI (Full Injection) (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha Merek New V-IXION FI (Full Injection) di Adiguna Sakti Motor Pandaan). *Jurnal Sketsa Bisnis Vol.1 No.1 Edisi 2014*.
- Alim. (2008). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Obat Di Apotik (Studi Kasus Di Apotik "Sehat"). *Jurnal Industri Teknik Surakarta*.
- Ananta. (2013). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Bober Café Cabang Riau Bandung. *Jurnal Ekonomi Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama*.
- Anggraini. (2019). *Pengaruh Lokasi , Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Emas di Toko Bukit Mas Cabang Krian Sidoarjo*. STIE Mahardhika Surabaya, Indonesia.
- Atmaja. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal ekonomi manajemen dan bisnis, Vol 2, No 1 2018*.
- Destia, A.(2019). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Toko Cat Lancar Klaten. *Jurnal Manajemen, Universitas Widya Dharma*.
- Dharma. (2013). (Store Atmosphere Sebagai Stimuli Minat Beli Konsumen Generasi Y. *jurnal ekonomi*.
- Diana, B. (2020). Pengaruh StoreAtmosphere dan Lokasi Terhadap Minat Beli di Serba ada Takengon. *Jurnal Manajemen Vol.9 No.18 ,Juli 2020*.
- Durianto, dkk. (2003). *Invasi pasar dengan*

- iklan yang efektif: Strategi, program dan teknik pengukuran.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dwityanti. (2008). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri (Studi Kasus Pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta). Tesis Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Dzikri. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada “B” Coffee Bandung). Jurnal Manajemen dan Bisnis Universitas Widyatama Bandung.
- Ekawanti, S. (2019). Pengaruh Lokasi Toko dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Distro Jenawi Oblong Riau Pekanbaru. Jom Fisisp Vol. 6: Edisi II Juli – Desember 2019.
- Fachrudy, Z. (2017). Pengaruh Store Atmosphere dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli di Amanah Swalayan Tuban. Jurnal Aplikasi Bisnis.
- Febri. (2017). *Pengaruh Lokasi, Store Atmosphere dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pizza Hut (Studi Kasus Pizza Hut JL. Sudirman no.12 Pekanbaru).* Jurnal Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multyvariate dengan Program SPSS.* Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multyvariate dengan Program SPSS.* Edisi 8. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multyvariate dengan Program SPSS.* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS.* Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, et.al. (2006). *Multivariate Data Analysis Pearson International Edition Edition 6.* New Jersey
- Herdiansyah, H. (2010) *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Salemba Humanika.
- Harjanti, S. (2018). Pengaruh Country of Origin, Merek, dan Harga Pada Niat Beli Konsumen Produk Mobil di Yogyakarta. Buletin Ekonomi Vol.16, No. 1, April 2018.
- Hayat. (2012). Pengaruh Lokasi dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pemebelian Knsumen Pada DistroOuval Research di Buahbatu Bandung. Jurnal Manajemen Unikom.
- Irawan, N, dkk. (2016). *Penhgaruh Harga, Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Hypermart Bengkulu Sebagai Tempat Berbelanja.* Bengkulu : Universitas Bengkulu.
- Mualifu, Guspul, A., Hermawan. (2019). Pengaruh transparansi, kompetensi, sistem pengendalian internal, dan komitmen organisasi terhadap akuntabilitas pemernitah desa dalam mengelola alokasi dana desa (studi empiris pada seluruh desa di kecamatan mrebet kabupaten purbalingga). journal of Economic, Business And Engineering (JEBE) 1(1): 49-59
- Nanda Juwita, Hermawan. 2020. Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Di Pasar Induk Wonosobo. journal of Economic, Business And Engineering (JEBE) Vol.2 No. 1
- Suryo Andrian Prasetyo, Hermawan Hermawan, Ahmad Guspul (2020) Pengaruh Konflik Peran, Ambiguitas Peran Dan Lingkungan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Melalui Stres Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT. Astra Motor, Tbk Banjarnegara Cabang Yogyakarta) Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE) Vol 1 No. 2, 343-351