



UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Harsono RM No. 67 Ragunan Pasar Minggu, Jakarta Selatan

Kampus II : Jl. Raya Perjuangan, Bekasi Utara Telp : 021. 88955882

Website: [www.ubharajaya.ac.id](http://www.ubharajaya.ac.id)

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: SKET/097/I/2024/FEB-UBJ

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.  
NIP : 2206560  
Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menerangkan bahwa nama :

1. Nama : Muhammad Rezqi Robi <sup>1</sup>  
NPM : 201910325075  
Jabatan : Mahasiswa Prodi Manajemen
2. Nama : Andrian, S.E., M.M.<sup>2</sup>  
NIDN : 0321077102  
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen
3. Nama : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M.<sup>3</sup>  
NIDN : 0329017202  
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen

Adalah benar sebagai Penulis pada JURNAL ECONOMINA dengan judul "PERAN PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI PADA QESERA COFFEE AND PARK BEKASI UTARA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN" telah terbit pada Volume 2, Nomor 9, e-ISSN: 2963-1181, September 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 17 Januari 2024



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.

NIP : 2206560

Tembusan:  
- Arsip.



## PERAN PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI PADA QESERA COFFEE AND PARK BEKASI UTARA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

Muhammad Rezqi Robi<sup>1</sup>, Andrian<sup>2</sup>, Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Corresponding Author: [robirezqi@gmail.com](mailto:robirezqi@gmail.com)<sup>1</sup>, [andrian@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:andrian@dsn.ubharajaya.ac.id)<sup>2</sup>, [franciscus@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:franciscus@dsn.ubharajaya.ac.id)<sup>3</sup>

### Article History

Received : 24-08-2023

Revised : 31-08-2023

Accepted : 05-09-2023

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan apakah Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh Konsumen Qesera Coffee And Park Bekasi Utara yang beralamatkan di Jl. Duta Boulevard Barat No.19, RT.004/RW.011, Harapan Baru, Kec. Bekasi Utara, Kota Bekasi, Jawa Barat 17123 yang berjumlah 126 responden. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa factor yang berpengaruh terhadap Minat Beli itu ada. Hal ini dibuktikan dengan adanya persamaan regresi linier berganda yang didapat adalah  $Y = 3,929 + 0,200 X_1 + 0,143 X_2 + 0,453 X_3$ . Secara simultan hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah variabel Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen, dengan hasil yang menunjukkan  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel sebesar  $f$  hitung  $55,457 >$   $f$  tabel  $2,68$ . Secara parsial hasil menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen, dengan hasil nilai yang menunjukkan  $t$  hitung  $2,478 >$   $t$  tabel  $1,979$  dan nilai sig.  $0,015 <$   $0,05$  dan variabel Lokasi juga berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen, dengan hasil nilai yang menunjukkan  $t$  hitung  $6,964 >$   $t$  tabel  $1,656$  dan nilai sig.  $0,000 <$   $0,05$  sedangkan, variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen, dengan hasil nilai yang menunjukkan  $t$  hitung sebesar  $1,606 <$   $t$  tabel  $1,979$  dan nilai sig.  $0,111 >$   $0,05$ .

### ABSTRACT

*This study aims to determine and prove whether Promotion, Service Quality, and Location Simultaneously and partially have a significant effect on Consumer Purchase Interest. The population in this study are all consumers of Qesera Coffee And Park, North Bekasi, which are located at Jl. Duta Boulevard Barat No. 19, RT. 004/RW. 011, Harapan Baru, Kec. North Bekasi, Bekasi City, West Java 17123, totaling 126 respondents. Based on the results of the study stated that there are factors that influence buying interest. This is evidenced by*

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Lokasi; Minat Beli; Promosi**

**Keywords: Location; Promotion; Purchase Intention; Service Quality**