

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(STUDI KASUS NASI GORENG REMPAH MAFIA MALANG JL. GRAND
SOEKARNO HATTA KAV 3 BOROBUDUR BLIMBING - MALANG).

Akhmad Muzakki Amrulloh, Sri Nuringwahyu, Ratna Nikin Hardati
Jurusan Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang.
Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144 Indonesia.
LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144 Indonesia
E-mail: zakyputra170@gmail.com

ABSTRAK

Pelaku bisnis harus mampu menciptakan strategi harga yang menarik, kualitas pelayanan yang memuaskan agar dapat menarik konsumen untuk membeli produknya, begitu juga dengan promosi mempunyai peranan yang sangat penting dalam usaha meningkatkan penjualan produk suatu perusahaan. Saat ini persaingan di bidang kuliner sangat ketat, yang dapat kita lihat banyaknya restoran dan rumah makan yang tersebar di kota Malang dan akan semakin bertambah lagi jumlahnya karena bisnis di bidang kuliner ini sangat menjanjikan dan menguntungkan. Begitu pula yang dilakukan Nasi Goreng Rempah Mafia Malang Se jauh mana pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan harga yang diterapkan oleh Nasi Goreng Rempah Mafia terhadap keputusan pembelian hal ini menarik untuk dikaji lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Promosi, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian dengan judul "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Nasi Goreng Rempah Mafia Malang Jl. Grand Soekarno Hatta Kav 3 Borobudur Blimbing Malang). penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Business actors must be able to create an attractive pricing strategy, satisfying service quality in order to attract consumers to buy their products, as well as promotion has a very important role in efforts to increase sales of a company's products. At present the competition in the culinary field is very tight, which we can see the number of restaurants and restaurants scattered in the city of Malang and will increase in number because the business in the culinary field is very promising and profitable. Likewise, the Mafia Malang Spice Fried Rice is done to the extent that the influence of promotion, service quality, and prices applied by the Mafia Spice Fried Rice on purchasing decisions is interesting to study further. This study aims to determine how much influence promotion, service quality, and price on purchasing decisions. The study entitled "The Influence of Promotion, Service Quality, and Prices on Purchase Decisions (A case study of Mafia Malang Fried Rice Nasi Grand Soekarno Hatta Street Kav 3 Borobudur Blimbing Malang). this study uses associative quantitative methods.

Keywords: Promotion, Service Quality, and Price of Purchase Decisions

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis kuliner saat ini telah berkembang sangat pesat dan mengalami kemajuan yang sangat signifikan dan memiliki potensi yang sangat besar. Perkembangan pada dunia bisnis yang sangat pesat merupakan suatu ancaman bagi para pelaku bisnis dan sudah banyak pelaku usaha yang sukses di bidang kuliner namun tidak sedikit pula pelaku usaha kuliner yang gulung tikar. Pekerjaan bisnis adalah bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia, kegiatan bisnis merupakan suatu kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Pelaku bisnis harus mampu menciptakan strategi harga yang menarik, kualitas pelayanan yang memuaskan agar dapat menarik konsumen untuk membeli produknya, begitu juga dengan promosi mempunyai peranan yang sangat penting dalam usaha meningkatkan penjualan produk suatu perusahaan. Saat ini persaingan di bidang kuliner sangat ketat, yang dapat kita lihat banyaknya restoran dan rumah makan yang tersebar di kota Malang dan akan semakin bertambah lagi jumlahnya karena bisnis di bidang kuliner ini sangat menjanjikan dan menguntungkan. Adanya persaingan yang terjadi, hal tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing di pasar.

Nasi Goreng Mafia berdiri sejak 1 Oktober 2013 di Bandung, bergerak dibidang kuliner dan diciptakan oleh tujuh orang sahabat yang membangun kedai nasi goreng ini. Berawal dari ketertarikan dari dunia bisnis tujuh orang sahabat asal Bandung memulai bisnis awalnya membuka Nasi Goreng Rempah Mafia. Bisnis yang digawangi oleh Stefani Kurniadi, Budiardi Supasenta, Sarita Sutudja, Pujiana Nuruk Hikmah, Danis Puntoadi, Rex Marindo, dan Angga Nugraha. Pemilihan nasi goreng sebagai ladang bisnis dipilih karena berdasarkan penelitian makanan yang paling banyak dicari di Indonesia adalah nasi goreng dan rendang. Sehingga tujuh orang sahabat memilih nasi goreng sebagai lahan usaha yang awalnya dibuka di Bandung. Para tujuh sahabat ini menginginkan bisnis kuliner yang bisa diterima kapan saja, oleh karena itu mereka melihat betul peluang bisnis yang ada di Indonesia, lalu mulai membuat bisnis kuliner nasi goreng dan menamakannya Nasi Goreng Rempah Mafia. Bisnis Nasi Goreng Rempah Mafia ini melebarkan sayapnya di berbagai kota-kota besar. Cita rasa pedas yang diciptakan oleh Nasi Goreng Mafia berasal dari rempah-rempah pilihan yang dipakai. Rempah-

rempah yang dipakai terdiri dari lengkuas, kencur, kluwak, tauco, ebi, kemangi, laos, dan pala. Rasa pedas itu bukan hanya *trend* saja namun menguatkan rempah yang dipakai dan juga untuk memenuhi keinginan konsumen.

Harga yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut juga sangat penting, jika harga rendah maka permintaan produk juga akan meningkat, dan jika harga produk semakin tinggi maka permintaan produk semakin rendah. Penetapan harga yang tepat akan mendapatkan perhatian yang besar dari konsumen, jika harga yang ditetapkan perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan suatu produk akan jatuh pada produk tersebut.

Promosi juga dapat meningkatkan suatu penjualan, karena apabila suatu perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa sering melakukan promosi melalui mediacetak, penyebaran brosur ataupun pemasangan iklan dijalan-jalan maka banyak orang yang membaca iklan tersebut. Menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan maka dibutuhkan adanya promosi yang efektif, harga yang kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing, kualitas pelayanan yang bermutu.

kualitas Pelayanan juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Kualitas pelayanan tidak diragukan lagi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen sebelum membeli produk. Kualitas layanan yang memuaskan, mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk yang bersangkutan. kualitas pelayanan baik maka konsumen akan sangat senang dan akan mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk yang di tawarkan. Sejauh mana pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan harga yang diterapkan oleh Nasi Goreng Rempah Mafia terhadap keputusan pembelian hal ini menarik untuk dikaji lebih lanjut. Selama ini belum ada yang mengukur efektifitas dari promosi, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Nasi Goreng Rempah Mafia Malang?

2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Nasi Goreng Rempah Mafia Malang?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Nasi Goreng Rempah Mafia Malang?
4. Bagaimana pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Nasi Goreng Rempah Mafia Malang?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah :

1. Mengetahui Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Nasi Goreng Rempah Mafia Malang.
2. Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Nasi Goreng Rempah Mafia Malang.
3. Mengetahui Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Nasi Goreng Rempah Mafia Malang.
4. Mengetahui Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Nasi Goreng Rempah Mafia Malang

TINJAUAN PUSTAKA

Promosi

Menurut Lupiyoadi “promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai kata komunikasi antara perusahaan dengan konsumen melainkan sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya”.

Kualitas Pelayanan

Menurut Rahmayanty ”kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan”. Kualitas pelayanan harus memenuhi kebutuhan praktis atau nilai yang dirasakan dengan bentuk berwujud fisik (*tangible*) dan kebutuhan emosional yang dirasakan kepada *fisiologis* pelanggan.

Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi “kualitas jasa adalah sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh”.

Harga

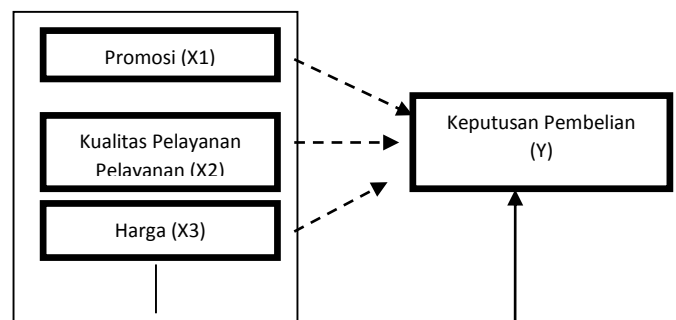
Menurut Kotler “harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan elemen-elemen lainnya menimbulkan biaya. Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel harga dapat diubah dengan cepat tidak seperti khas (*feature*) produk dan perjanjian distribusi”.

Menurut Alma “harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Harga juga Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler “keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen adalah membeli merek yang mereka sukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Keputusan dalam arti yang umum adalah "a decision is the selection of an option from two or more alternative choices" yaitu suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Keputusan pembelian yaitu salah satu komponen utama dari perilaku konsumen”.

Gambar Kerangka Konseptual



Hipotesis Penelitian

Pada penelitian ini hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- 1) Ha : Ada pengaruh promosi (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)
Ho : Tidak ada pengaruh promosi (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)
- 2) Ha : Ada pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)
Ho : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

- 3) H_a : Ada pengaruh harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)
 H_o : Tidak Ada pengaruh harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)
- 4) H_a : Ada pengaruh secara simultan variabel promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)
 H_o : Tidak ada pengaruh secara simultan variabel promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, dan Waktu Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Penelitian ini dilaksanakan pada Nasi Goreng Rempah Mafia Malang Jl. Grand Soekarno Hatta Kav 3 Borobudur – Blimbing Malang. Waktu yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dimulai pada bulan Desember 2017 sampai dengan selesai

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Kuncoro populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian di mana kita tertarik untuk mempelajari atau menjadi objek penelitian.

Sedangkan menurut Arikunto, populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. berdasarkan teori tersebut populasi penelitian ini adalah konsumen yang membeli di Nasi Goreng Rempah Mafia di Jl. Grand Soekarno Hatta Kav 3 Borobudur – Blimbing Malang.

Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*.

Sumber Data

Data primer

Menurut Narimawati data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli atau

pertama. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian. Pada penelitian ini data primer yaitu konsumen yang membeli di Nasi Goreng Rempah Mafia Malang. Data sekunder

Data sekunder

merupakan data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari dokumen – dokumen yang berkaitan dengan Nasi Goreng Rempah Mafia.

Uji Instrumen

Uji validitas

Menurut Sugiyono uji validitas merupakan tingkat kevalidan dari instrumen kuisioner yang digunakan dalam pengumpulan data. uji validasi ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuisioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Teknik pengujiannya menggunakan teknik *Product Moment* dimana setiap di nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan di korelasikan dengan total nilai seluruh butir pertanyaan untuk satu butir pertanyaan suatu variabel dengan syarat minimum r hitun $>$ nilai r tabel yang dirumuskan sebagai berikut:

$r =$

$$\frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi

X = Skor butir

Y = Skor total butir

n = Jumlah sampel (responden)

Selanjutnya, nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan derajat bebas $(n - 2)$. Jika nilai r hasil perhitungan lebih besar daripada nilai r dalam tabel pada alfa tertentu maka berarti signifikan sehingga disimpulkan bahwa butir pertanyaan atau pernyataan itu valid.

Uji reliabilitas

Menurut Suliyanto, pengertian reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Jika hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Pada penelitian ini teknik pengujiannya menggunakan *Alpha Cronbach*.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali, Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai normal atau tidak.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui beberapa pengaruh dari perubahan dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji Hipotesis

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan hipotesis alternative (H_a) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Rancangan pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independen (X) yaitu promosi, kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel dependen (Y) keputusan pembelian.

Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali uji parsial di gunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variable independen terhadap variable dependen. Pada penelitian ini uji t digunakan untuk menguji promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)

$$Rumust = \frac{r \cdot n - 2}{1 - r^2}$$

Dimana:

r = Koefisien

Korelasi

r^2 = Koefisien

Determinasi

n = Banyaknya

sampel

Adapun kriteria pengujian hipotesisnya adalah:

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel} \alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel} \alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Uji Simultan (Uji f)

Menurut Ghozali uji simultan di gunakan untuk mengetahui apakah variable independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variable dependen pada penelitian

ini, uji f ada pengaruh yang berarti antara variabel promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) Sedangkan, untuk menguji tingkat signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan dengan menggunakan rumus uji F:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (N - k - 1)}$$

Dimana:

R^2 = Koefisien Korelasi

Berganda

F = Pendekatan

Distribusi Profitabilitas *Fishe*

k = Banyak Variabel

Bebas

N = Jumlah Sampel

Adapun kriteria pengujian hipotesisnya adalah:

Apabila $F_{hitung} < F_{Tabel}$ maka hipotesis observasinya (H_0) diterima dan hipotesis (H_a) ditolak. Namun apabila $F_{hitung} > F_{Tabel}$ observasinya (H_0) diterima dan hipotesis (H_a) diterima.

Uji Koefisien Determinan (R^2)

Menurut Santosa dan Hamdani, koefisien determinasi adalah seberapa kuat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yang terjadi. Oleh sebab itu, ada alat analisis untuk menentukan derajat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Melalui koefisien determinasi, seberapa jauh suatu variabel bebas menentukan perubahan nilai variabel terikat dapat diketahui.

PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,982	2,896		1,720	,089
1 Promosi	,057	,084	,074	,679	,499
kualitas_pelayanan	,373	,113	,349	3,287	,002
Harga	,131	,090	,157	1,450	,151

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian
Sumber: Data Output SPSS 2018

Dari hasil tersebut persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,982 + 0,057 X_1 + 0,373 X_2 + 0,131 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian
X₁ = Promosi
X₂ = Kualitas Layanan
X₃ = Harga
e = Standart Error

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis pertama yaitu variabel Promosi di peroleh nilai t hitung sebesar 0,679 sedangkan nilai t tabel = 1,990 dengan taraf signifikansi 0,499 > 0,05 maka uji variable promosi Ho diterima dan Ha ditolak, sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh tidak signifikan variabel promosi (X₁) terhadap keputusan pembelian.

2. Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis kedua yaitu variabel kualitas layanan di peroleh nilai t hitung sebesar 3,287 sedangkan nilai t tabel = 1,990 dengan taraf signifikansi 0,002 < 0,05 maka uji variabel kualitas layanan Ho diterima dan Ha ditolak, sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan (X₂) terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis ketiga yaitu variabel harga di peroleh nilai t hitung sebesar 1,450 sedangkan nilai t tabel = 1,990 dengan taraf signifikansi 0,151 > 0,05 maka uji variabel Harga Ho diterima dan Ha ditolak, sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh tidak signifikan variabel Harga (X₃) terhadap keputusan pembelian.
4. Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis keempat untuk variabel Promosi (X₁), Kualitas Pelayanan, (X₂) dan Harga (X₃) hal ini diperoleh dari F tabel sebesar 2,72 sedangkan F hitung diperoleh sebesar 5,828 yang artinya F hitung 5,828 > F tabel 2,72 dan nilai Sig. 0,001 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas promosi (X₁) dan kualitas layanan (X₂), dan Harga (X₃) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y). Hipotesis keempat dengan F hitung > F tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel *independent* yaitu variabel promosi (X₁) dan kualitas layanan (X₂), dan Harga (X₃) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y₁). Dengan kata lain hipotesis yang mengatakan bahwa secara simultan promosi (X₁) dan kualitas layanan (X₂), dan Harga (X₃) berpengaruh signifikan bisa diterima.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan kesimpulan yang diperoleh terdapat beberapa saran yang ditujukan kepada para peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji penelitian dengan masalah yang sama, yaitu:

1. Nasi Goreng Rempah Mafia harus dapat mempertahankan kualitas pelayanan, sehingga dapat menjaga konsistensi kesetiaan yang ditunjukkan oleh konsumen. Dengan menjaga kualitas pelayanan yang menjadi perhatian besar konsumen terhadap kepuasan konsumen. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan keputusan pembelian di Nasi Goreng Rempah Mafia Malang Jl. Grand Soekarno Hatta Kav 3 Borobudur Blimbing Malang.
2. Meningkatkan promosi agar semua masyarakat mengetahui Nasi Goreng Rempah Mafia Malang yang diharapkan mampu meningkatkan keputusan pembelian.
3. Diperlukan adanya penelitian lebih lanjut mengenai harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian ulang di Nasi Goreng Rempah Mafia Malang