



## Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Snake Coffee

Moch Khatamirul Mukminin, Intisari Haryanti, Amirul Mukminin

Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Indonesia

[irulkhatamirul@gmail.com](mailto:irulkhatamirul@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [intisariharyanti@gmail.com](mailto:intisariharyanti@gmail.com)<sup>2</sup>

Alamat: Jl Wolter Monginsidi Kompleks Tolobali Kota Bima

Korespondensi penulis: [irulkhatamirul@gmail.com](mailto:irulkhatamirul@gmail.com)

**Abstract.** *In running a business, of course you need the right strategy to attract the attention of consumers to make purchasing decisions and physical evidence is one of those strategies. The aim of this research is to partially determine the influence of physical evidence on purchasing decisions. The type of research is associative. The research instrument uses a questionnaire with a Likert scale. The population used in this research is all consumers who have made purchases at Snake Coffee whose exact quantity is not known (unknown population). The number of samples used in this research was 50 respondents with a sampling technique, namely purposive sampling. Data collection techniques using observation, questionnaires and literature study. Data analysis techniques by carrying out validity tests, reliability tests, simple linear regression tests, correlation coefficients, determination tests, and t tests. The results of this research show that physical evidence has a significant influence on consumer purchasing decisions at Snake Coffee.*

**Keywords:** *Physical Evidence, Purchase Decision, Snake Coffee*

**Abstrak.** Dalam menjalankan sebuah usaha, tentu diperlukan strategi yang tepat untuk dapat menarik perhatian konsumen agar Melakukan keputusan pembelian dan Physical evidence menjadi salah satu strategi itu. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Physical evidence terhadap keputusan pembelian secara parsial. Jenis penelitian yaitu Asosiatif, Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala likert. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di Snake Coffee yang tidak di ketahui secara pasti jumlahnya (unknown population) jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Teknik pengumpulan data dengan observasi, kuesioner, dan study pustaka. Teknik Analisa data dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear sederhana, koefisien korelasi, uji determinasi, dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Physical evidence berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Snake Coffee.

**Kata kunci:** Physical Evidence, Keputusan Pembelian, Snake Coffee

### 1. LATAR BELAKANG

Coffee shop saat ini sudah menjadi sebuah tempat ternyaman bagi sebagian dari kita untuk menikmati bercangkir-cangkir kopi kesukaan, Coffee shop sekarang didirikan dengan memperhatikan kenyamanan dan di desain dengan konsep yang menarik yang dapat membuat pengunjung tidak hanya menikmati kopi tetapi juga melebur dalam suasana santai yang diciptakan. (Sudarsono & Rum, 2021) Dalam menjalankan sebuah usaha, tentu diperlukan strategi yang tepat untuk dapat menarik perhatian konsumen agar dapat menjual produk yang dijual, ketatnya persaingan di bisnis Coffee shop akan menuntut setiap pemasar untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat dan memiliki kualitas produk yang baik agar dapat mempertahankan eksistensinya jika ingin usahanya terus berjalan dan memberikan keuntungan. (Loekito 2014) karena semakin berkembang dan bertambahnya pelaku bisnis di

bidang Coffee shop maka akan semakin membuat para pelakunya ditantang untuk dapat menciptakan differensial yang unik dan berbeda dari para pesaingnya (Oktavianti & Hutapea, 2023) Kualitas produk merupakan cara yang potensial untuk mengalahkan pesaing.kualitas produk yang baik dapat membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.fenomena menjamurnya bisnis Coffee shoop di wilayah Kota bima belakangan ini kian bertambah hal ini menjadikan persaingan antara Coffee shop yang telah ada sebelumnya dengan Coffee shop pendatang baru mereka berlomba-lomba untuk dapat meningkatkan Diferensial yang berbeda lewat kualitas produk yang mereka tawarkan dan hal inilah yang dimaksudkan untuk dapat menciptakan minat beli konsumen yang berujung pada keputusan pembelian. (Annisa,2022)

Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama yang membedakan adalah pemilihan dari setiap alternative yang dipilih dan yang digunakan dalam mengambil sebuah keputusan tersebut, dengan pertimbangan apa yang diharapkan sesuai dengan kenyataanya, sebelum melakukan keputusan pembelian seorang konsumen akan melakukan berbagai pertimbangan terhadap berbagai faktor pendukung salah satunya adalah Physical evidence.(Rizky,2024) Pada sebuah bisnis bukti fisik dapat menjadi salah satu bauran pemasaran yang dapat meningkatkan minat beli konsumen secara signifikan sehingga mempengaruhi keputusan pembelian,Physical evidence merupakan diantara aspek yang penting dikarenakan melalui tedapatnya Physical evidence yang baik akan membuat konsumen melakukan pembelian serta meningkatkan penjualan dan daya saing bagi pelaku coffee shop,karena memang jika berbicara mengenai produk,bukti fisik dan fisual dari produk tersebut merupakan bagian terpenting bagi konsumen ketika ingin melakukan pembelian maka pandangan pertama konsumen adalah produk tersebut harus sesuai dengan espektasi dan memiliki manfaat untuk dirinya.(Jadari & Ernawati, 2023) Pada era sekarang persaingan bisnis coffee shop yang semakin melonjak menjadi tantangan bagi para pelaku usaha,keberadaan usaha yang sejenis dalam jumlah yang banyak tentunya menuntun para pemilik usaha untuk lebih jeli dalam menjalankan bisnisnya demi berlangsungnya dan berkembangnya usaha.dengan ini para pelaku usaha melakukan inovasi-inovasi tertentu dan memberikan pelayanan terbaik agar para konsumen tertarik dan puas,dan salah satu Coffee shop tersebut adalah Belok kanan Coffee.(Ginting, 2015)

Snake Coffee adalah usaha di bidang Coffee shop yang menyajikan berbagai macam miunuman dengan Menu utama Kopi dan teh,ada berbagai macam Jenis Minuman yang ditawarkan diantaranya Kopi Espresso, Coffee Tonic,Shoogaze Summer,Vietnam Coffee,dan masih banyak minuman lainya,Coffee shop ini beralamatkan di Jl,Lombok No 3 Kelurahan

Paruga Kecamatan Rasanae Barat Kota Bima, Coffee shop ini hadir di Kota Bima pada tgl 19 maret 2019 dan sekarang juga tersedia Layanan Di Grab food Kota Bima, Membawa konsep Aestetik coffee, Mereka pernah menjadi coffee shop dengan pengunjung terbanyak dari coffee shop lain yang ada di Kota Bima, Pada awal munculnya para pengunjung tidak hanya datang dan sekedar membeli kopi yang ditawarkan, akan tetapi sering dijadikan tempat tongkrongan, Karena dari segi desain Coffee shop nya yang terlihat menarik dan juga dari segi produk yang ditawarkan pun cukup lengkap dan jarang tersedia dari coffee shop kompetitornya yang ada di Kota Bima. Dari hasil observasi awal yang dilakukan ditemukanlah beberapa permasalahan yang berkaitan dengan Physical evidence terutama dari segi Tempat, berupa konsep mini bar yang menjadi ikonik Coffee shop ini sudah tidak menarik dan terkesan biasa saja, dibandingkan dengan Inovasi coffee shop pesaingnya yang ada di Kota Bima, dan juga dari segi lokasinya sangat tidak strategis karena berada di tengah-tengah pusat pasar senggol sehingga tidak terlihat dan jauh dari keramaian, dan terakhir dari segi fasilitas, berupa tidak tersedianya live musik seperti kebanyakan coffee shop kompetitornya hal ini terkesan sangat membosankan.

## 2. KAJIAN TEORITIS

### Physical Evidence

Physical evidence merupakan perlengkapan yang diperlukan dalam menyediakan secara nyata kualitas produk dan layanan, dan Physical evidence adalah bukti secara fisik merupakan aspek penting dari jasa, sebab sebagian produk jasa konsumen harus dengan secara fisik dalam lingkungan jasa. (Anggraini & Saino, 2021) Lingkungan jasa yang nyaman dan sesuai target pasar yang diinginkan juga akan membuat konsumen bersedia menghabiskan lebih banyak waktu atau lebih sering mengunjungi tempat tersebut (Jariyah, 2024). dan menurut Kotler (14;21:218) Physical evidence merupakan lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan untuk konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen yang ditampilkan secara wujud nyata yang ditawarkan kepada konsumen ataupun calon konsumen, dalam Physical evidence ialah berupa barang bukti atau fasilitas fisik yang dimiliki sehingga mempengaruhi keputusan pembelian untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa tersebut. (Andereksa, 2023)

Terdapat 3 indikator dari variabel Physical Evidence diantaranya sebagai berikut Menurut (Anggraini & Saino, 2021) :

#### 1. Lingkungan

Yaitu lingkungan dengan kondisi yang nyaman serta menarik dari sisi internal (dalam) dan sisi eksternal (Luar)

2. Tata letak

Yaitu yang berkaitan dengan penataan lokasi yang baik dan enak dilihat

3. Fasilitas tambahan,

yaitu dengan memberikan fasilitas-fasilitas pendukung untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya ,mengevaluasi ,mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan seberapa baik masing-masing alternative tersebut dapat memecahkan masalahnya,dan kemudian mengarah kepada keputusan pembelian (istiqomah 2023).Keputusan pembelian adalah suatu jalan yang diambil konsumen dalam memilih suatu produk dengan pertimbangan beberapa alternative yang mana dalam salah satu alternative tersebut akan cenderung mendorong konsumen dalam melakukan suatu proses keputusan pembelian (Aenun sari dan ernawati 2023)

Menurut (Kotler dan keller 2018:194-201) indikator dari keputusan pembelian sebagai berikut

1. Pengenalan masalah,adalah ketika masalah muncul berarti ada ketidak sesuaian antara keinginan dan kebutuhanya
2. Pencarian informasi, adalah untuk menghilangkan ketidak sesuaian, konsumen mencari informasi yang sesuai agar dirinya merasa puas
3. Evaluasi alternative adalah informasi yang telah digali oleh konsumen dan dari luar akan diselaraskan,sehingga menjadi sebuah alternative.
4. Keputusan pembelian,adalah dari alternative dan evaluasi maka konsumen akan memutuskan apakah konsumen melakukan pembelian atau tidak pada produk tersebut.
5. Perilaku pasca pembelian,adalah setelah melakukan transaksi,konsumen perlu dipantau apakah mereka puas atau tidak.

### **Hubungan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian**

Kedudukan Physical evidence sangat mempengaruhi jalanya suatu usaha,apalagi usaha tersebut bergerak dalam sector jasa,Physical Evidence atau bukti fisik merupakan lingkungan fisik dimana jasa diberikan serta langsung berhubungan dengan Konsumen.sedangkan menurut (Indriati,2022)1,bukti fisik (Physical Evidence) merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan karena didalamnya terdapat unsur fisik yang meliputi desain dan penataan

produk,hal inilah yang turut menjadikan Physical Evidence penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian,karena jika diperhatikan dari segi penataan produk dan desain tempat tersebut, usaha tersebut akan langsung dapat mempengaruhi konsumen untuk berbelanja di dalamnya,singkatnya jika bangunan atau gerai itu menarik untuk dilihat ini akan memunculkan ketertarikan konsumen untuk singgah dan meakukan keputusan pembelian pada gerai tersebut.(Ismawati & Fahimah, 2021)

### 3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yaitu Asosiatif, Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala likert. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang pernah melakukan Pembelian di Snake Coffee yang jumlahnya tidak diketahui pasti (Unknown Population),jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden.. Teknik pengambilan Sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2019), Menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu dengan kriteria: 1. Pernah Membeli di Snake Coffee , 2) konsumen yang sudah berumur 17 tahun ke atas karena dianggap sudah mampu menjawab pertanyaan pada kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan observasi, kuesioner, dan study pustaka. Teknik Analisa data dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear sederhana, koefisien korelasi,Uji Determinasi dan uji t .

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Uji Validitas

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas Kuesioner

No	Variabel	Item	R hitung	R tabel	Kerangan
1	<i>Physical Evidence</i> (X)	X.1	0,535	0,300	Valid
		X.2	0,350	0,300	Valid
		X.3	0,372	0,300	Valid
		X.4	0,535	0,300	Valid
		X.5	0,694	0,300	Valid
		X.6	0,592	0,300	Valid
		X.7	0,698	0,300	Valid
		X.8	0,627	0,300	Valid
		X.9	0,639	0,300	Valid
2	Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,800	0,300	Valid
		Y.2	0,770	0,300	Valid
		Y.3	0,551	0,300	Valid

		Y.4	0,792	0,300	Valid
		Y.5	0,821	0,300	Valid
		Y.6	0,422	0,300	Valid
		Y.7	0,647	0,300	Valid
		Y.8	0,739	0,300	Valid
		Y.9	0,761	0,300	Valid
		Y.10	0,504	0,300	Valid

Berdasarkan data hasil pengujian tingkat validitas terhadap setiap item pernyataan pada instrumen penelitian yang ditampilkan pada tabel 1 diatas, diketahui bahwa setiap pernyataan yang diajukan dalam penelitian pada variabel *Physical Evidence* (X) dan Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan keseluruhan item pernyataan valid karena berada diatas standar validitas yaitu  $\geq 0,300$ .

### Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
<i>Physical Evidence</i>	9	0,717	> 0,600	Reliabel
Keputusan Pembelian	10	0,875	> 0,600	Reliabel

Berdasarkan tabel 2 diatas, hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan item pernyataan pada variabel *Physical Evidence* (X) dan Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai *cronbach's alpha* sudah mencapai atau lebih dari standar yang ditetapkan yaitu 0,600 artinya semua item pernyataan dari kuisisioner dinyatakan reliabel atau akurat untuk digunakan dalam perhitungan penelitian.

### Regresi Linear Sederhana

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear sederhana

		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	8.817	5.462		1.614	.113	

PHYSICAL EVIDENCE	3.802	.157	.594	5.110	.000	1.000	1.000
-------------------	-------	------	------	-------	------	-------	-------

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber :Data Primer Diolah SPSS v26, 202

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut

$$Y = 8,817 + 3,802 X$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 8,817 dapat diartikan apabila variabel *Physical Evidence* dianggap nol, maka Keputusan Pembelian sebesar 8.817
2. Nilai koefisien beta pada *Physical Evidence* sebesar 3,802 artinya setiap perubahan variabel *Physical Evidence* (X) sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan kenaikan Keputusan Pembelian sebesar 3,802 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap.

### Koefisein Korelasi dan Uji Determinasi

1. Koefisien Korelasi

**Tabel 4.** Hasil Uji Koefisien Kolerasi dan Uji Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>										
Mo del	R	R Squa re	Adjuste d R Square	Std. Error of the Estimat e	Change Statistics					
					R Square Change	F Chan ge	df1	df2	Sig. F Change	Durbin- Watson
1	.594 <sup>a</sup>	.352	.339	4.673	.352	26.11 1	1	48	.000	1.502

a. Predictors: (Constant), PHYSICAL EVIDENCE

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber :Data Primer Diolah SPSS v26, 2024

Dari hasil tersebut dapat diperoleh nilai R adalah sebesar 0,594 hasil tersebut menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian, untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya pengaruh itu maka dapat digunakan pedoman seperti pada table berikut :

**Tabel 5.** Pembandingan Tingkat Hubungan Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
<b>0,40 – 0,599</b>	<b>Sedang</b>
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono 2016

Jadi korelasi hubungan antara *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,594 berada pada interval 0,40 – 0,599 dengan tingkat hubungan **Sedang**

2. Uji Determinasi

Berdasarkan tabel 7 diatas, menunjukkan terdapat pengaruh antara *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang besarnya pengaruh ini dapat dinyatakan secara kuantitatif dengan pengujian koefisien determinasi lalu diperoleh nilai Koefisien Determinasi (*R Square*) sebesar 0,352 atau 35,2%, sedangkan sisanya 64,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti Kualitas Pelayanan, Produk, Harga dan variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini

3. Hasil Uji t

**Tabel 6.** Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.817	5.462		1.614	.113
	PHYSICAL EVIDENCE	3.802	.157	.594	5.110	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber :Data Primer Diolah SPSS v26, 2024

Hasil statistik uji t untuk variabel *Physical Evidence* diperoleh nilai t-hitung sebesar 5,110 dengan nilai t-tabel sebesar 2,010 ( $5,110 < 2,010$ ) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ),hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Snake Coffee*, sehingga hipotesis yang menyatakan “Terdapat Pengaruh yang Signifikan *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Snake Coffee*” **Diterima** (  $H_a$  Diterima dan  $H_o$  ditolak).

Penelitian ini sama selaras seperti penelitian yang dilakukan oleh (Anggraini & Saino,2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Surabaya,dan terdapat penelitian lain yang bertolak belakang bahwa *Physical Evidence* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian Pada Foodbox Kota Bima (Amiruddin & Nurdin, 2021)

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisa yang telah dilakukan, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa *Physical Evidence* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Snake Coffee, Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti sebaiknya Snake Coffee untuk tetap terus meningkatkan Loyalitas Konsumen nya dengan cara Melakukan Inovasi dan perbaikan terhadap Problem yang berkaitan langsung dengan *Physical Evidence* coffe shop mereka agar kepuasan para konsumen mereka tetap terjaga sehingga dapat melakukan pembelian secara berulang.Peneliti juga berharap akan ada penelitian yang lebih lanjut mengenai variable-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini,sehingga dapat melengkapi kekurangan dalam penelitian ini.

## DAFTAR REFERENSI

- Amiruddin, A., & Nurdin, H. (2021). Analisis pengaruh physical evidence dan lokasi terhadap kepuasan pembelian pelanggan pada Food Box Kota Bima. *Ekonomi Bisnis*, 27(1), 431–441. <https://doi.org/10.33592/jeb.v27i1.1343>
- Andereksa, R., Darrel L, R., & Alexander, L. (2023). Pengaruh marketing service (place, people, process, dan physical evidence terhadap keputusan pembelian Kedai Kopi Chok di Tigaraksa. 4(2), 438–447. [www.katabooks.katadata.co.id](http://www.katabooks.katadata.co.id)
- Anggraini, A. B., & Saino, S. (2021). Pengaruh harga, physical evidence, dan lokasi terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1591–1599. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1591-1599>
- Annisa, P. N., Sudrajat, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., Siperbangsa, U., & Abstrak, K. (2022). Analisis pengaruh process dan physical evidence terhadap minat beli konsumen dengan cita rasa sebagai variabel moderating (Studi kasus Kopi Janji Jiwa Jalan Raya Wadas Cikampek). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(17), 351–372. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7077484>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur penelitian suatu pendektan praktik*. Rineka Cipta.
- Geofanny, E. (2020). Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian kopi (Studi kasus: Bumi Kayom Langit Senja Coffee Salatiga). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(2), 441. <https://doi.org/10.25157/jimag.v7i2.3485>

- Ginting, I. M. (2015). Pengaruh celebrity endorsement, brand image, dan testimoni terhadap minat beli konsumen produk mie instan Lemonilo pada media sosial Instagram. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 131–143.
- Hendryli, J., & Erny Herwindiati, D. (2019). Klasifikasi kain tenun berdasarkan tekstur & warna dengan metode k-NN. *Computatio: Journal of Computer Science and Information Systems*, 3(2).
- Indriati, S. N. (2022). Pengaruh bauran pemasaran jasa (process, physical evidence, people) terhadap keputusan pembelian: (Survei pada konsumen Sultan Laundry BRP). *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(7), 1859–1865. <http://ulilalbabinstitute.com/index.php/JIM/article/view/462>  
<http://ulilalbabinstitute.com/index.php/JIM/article/download/462/373>
- Ismawati, N., & Fahimah, M. (2021). Pengaruh people, process dan physical evidence terhadap kepuasan konsumen wedding organizer di masa pandemi COVID-19. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis dan Manajemen)*, 5(1), 51. <https://doi.org/10.32682/jpekbm.v5i1.1984>
- Jadari, A., & Ernawati, S. (2023). Pengaruh experiential marketing dan physical evidence terhadap loyalitas konsumen Kafe Tea Break Kota Bima. *Jurnal Inovasi dan Tren*, 1(2), 53–54.
- Jariyah, N. A., Sari, H. M. K., & Sukmono, R. A. (2024). Influence of people, price perception and physical evidence on purchasing decisions Mixue Prigen. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(2), 3514–3530.
- Loekito, M., Irawan, C., Nugroho, A., & Kartika, E. W. (2014). Analisis pengaruh marketing mix (7P) terhadap keputusan pembelian (Studi pada Folks! Coffee Shop and Tea House Surabaya). *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 2(1), 86–100. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/1455>
- Oktavianti, H., & Hutapea, T. (2023). Pengaruh place, people, dan physical evidence pada kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Roemah Toea – Bekasi. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi dan Manajemen Tri Bisnis*, 4(2), 1–14.
- Rizky, S. A., Mohammad Kurniawan DP, & Yeni. (2024). Pengaruh produk, promosi dan physical evidence terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus Restoran Youwie Palembang). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(2), 1419–1426. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2341>
- Sudarsono, A. T., & Rum, M. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kopi pada Kedai Sehari Sekopi Sidoarjo. *Agriscience*, 2(2), 408–427. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v2i2.11937>