

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang di Samarinda

Natasha Grandhis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda

[E-mail: natashagrandhis09@gmail.com](mailto:natashagrandhis09@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menikmati makanan dan minuman serta telah menggunakan pelayanan jasa di Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kuantitatif dengan metode survei pada konsumen serta menggunakan alat analisis penelitian yaitu SPSS. Sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *Accidental Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Pengujian hipotesis secara keseluruhan (Uji F) membuktikan hipotesis berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama diterima. Hasil pengujian dengan (Uji t) diketahui bahwa variabel kualitas produk merupakan variabel yang paling signifikan dan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Keputusan Pembelian;

Pendahuluan

Wisata kuliner saat ini tidak bisa dipisahkan dari pariwisata. Setiap wisatawan yang berwisata ke daerah selalu memburu kuliner yang ada di daerah itu, Muliani (2019). Karenanya, kuliner berperan penting dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Kuliner merupakan industri yang sangat berpengaruh bagi pariwisata Indonesia, Sari (2018). Mengingat, 60% pariwisata ditunjang oleh industri kreatif yang salah satunya adalah kuliner, Hayati *et. al.*, (2019). Kekayaan kuliner Indonesia, sangat beragam sehingga membuat pemerintah memberikan perhatian khusus agar tidak tergerus zaman, Romdonih (2019). Disisi lain, kuliner mempunyai peran strategis dalam memperkuat identitas bangsa di forum internasional, Anggraini (2018). Selain itu, kuliner juga menjadi identitas kota atau daerah yang sekaligus mempromosikan pariwisata kota tersebut. Karena itu, pemerintah sangat serius dalam memajukan industri kuliner, Prihanto *et. al.*, 2019)

Bisnis telah membantu berkontribusi yang besar pada pemerintah untuk menekan jumlah pengangguran. Jadi semakin banyaknya bisnis di suatu negara, maka semakin tinggi pula angka pengangguran yang dapat ditekan, Estrada & Wenagama (2020). Berkaca kepada negara maju seperti Singapura yang rasio pengusahanya sudah mencapai angka lima sampai tujuh persen dari total jumlah penduduknya. Indonesia sangat jauh tertinggal dengan rasio pengusahanya yang hanya sekira 0,24% dari jumlah total penduduk atau sekitar 40.000 orang, Nugrahanto (2016). Sebuah produk yang bagus diimbangi dengan kualitas pelayanan yang optimal akan menjadi sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya, Estrada & Wenagama (2020).

Rumah Makan Sambal Gami Khas Bontang Jl. Wr. Supratman No. 01. Rt. 08 Samarinda mencoba ikut ambil bagian dalam bisnis makanan ini. Dari studi pendahuluan yang dilakukan, didapatkan bahwa menu utama dari *outlet* ini adalah Seafood, sedangkan menu andalan yang paling khas adalah ikan bawis dengan sambal gami. Ikan bawis hanya ditemukan di perairan Kalimantan. Itulah mengapa, tidak mudah menemukan ikan ini di daerah lain. Wajar jika ikan bawis menjadi makanan khas Bontang karena di sinilah bahan utamanya mudah diperoleh.

Rumah Makan Sambal Gami Khas Bontang sangat populer dan digemari di Samarinda. Bahkan di Kota Samarinda diminati sebagai makanan yang menarik dan unik. Hal yang membuatnya unik adalah penyajiannya Sambal yang telah diulek, diletakkan dalam cobek tanah liat bersama ikan bawis, lalu dipanaskan di atas kompor. Saat panas, sambal akan meletup-letup dengan aroma sedap yang menyeruak, mirip penyajian *hot plate*. Harga yang terjangkau semua kalangan mulai dari Rp. 22.000 per porsi sampai dengan Rp. 35.000 per porsi. Menu yang ditawarkan Rumah Makan Sambal Gami Khas Bontang pun terus bertambah, tidak hanya menu sambal gami yang terdapat di Rumah Makan Sambal Gami Khas Bontang tapi juga ada berbagai macam varian makanan yang disajikan di rumah makannya.

Pra observasi dan wawancara dengan ibu Esti pemilik Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang bahwa hasil penjualan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang setiap harinya berkisar 2.000.000 sampai dengan 5.000.000. Sambal Gami Awang Long Khas Bontang didirikan sudah hampir sekitar 7 tahun yaitu dari tahun 2015 hingga saat ini.

Berdasarkan Hasil Penjualan Selama 1 Tahun Terakhir Pada Tahun 2019 menunjukkan bahwa jumlah pelanggan Sambal Gami Khas Bontang Samarinda selama periode bulan Januari, Februari, Maret, April, Agustus, September, Oktober 2019 mengalami fluktuasi yang memiliki kecenderungan kearah penurunan. Pada bulan Mei dan Juni, Juli, November, Desember 2019 saat Bulan Suci Ramadhan dan mendekati Bulan Perayaan Natal terjadi kenaikan jumlah pelanggan yang cukup tinggi. Dari data yang disajikan pada tabel 1.1 bahwa masih kurang optimalnya kualitas pelayanan dan sistem yang dilakukan oleh pihak manajemen Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda, hal tersebut kemungkinan dapat disebabkan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mungkin kurang memuaskan bagi pelanggan. Dengan demikian, pihak manajemen harus dapat memberikan keyakinan kepada pelanggan setia Sambal Gami Khas Bontang Samarinda, agar kembali melakukan pembelian dengan mengevaluasi bagaimana kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan Sambal Gami Khas Bontang Samarinda dapat meningkatkan volume penjualan ke depannya.

Metode

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kuantitatif dengan metode survei pada konsumen. Populasinya adalah seluruh konsumen di Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang. Total kunjungan pada bulan Juli 2019 adalah 1.978 orang dengan rata-rata kunjungan perhari adalah sebanyak 40 hingga 121 orang dan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas

Variabel X (Independen)

Hasil uji validitas instrument penelitian pada variabel X setiap item pertanyaan pada masing-masing variabel X (Independen) dinyatakan valid, dimana nilai R hitung lebih besar dari pada nilai R tabel (0.1996). Untuk memperoleh nilai R tabel (0.1996) maka harus menggunakan tabel T (*Product Moment*) yang telah disepakati secara keilmuan statistik. Nilai R tabel (0.1996) dapat dilihat dari tabel T (*Product Moment*) dengan cara melihat jumlah responden (N) sebanyak 97 dengan nilai signifikansi (Sig α) 5% (0,05).

Variabel Y (Dependen)

Hasil uji validitas instrument penelitian pada variabel Y (Dependen) setiap item pertanyaan pada masing-masing variabel Y (Dependen) dinyatakan valid, dimana nilai R hitung lebih besar dari pada nilai R tabel (0.1996). Untuk memperoleh nilai R tabel (0.1996) maka harus menggunakan tabel T (*Product Moment*) yang telah disepakati secara keilmuan statistik. Nilai R tabel (0.1996) dapat dilihat dari tabel T (*Product Moment*) dengan cara melihat jumlah responden (N) sebanyak 97 dengan nilai signifikansi (Sig α) 5% (0,05).

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas instrument, nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel lebih besar dari pada 0.60, oleh karena itu instrument penelitian yang digunakan dinyatakan reliabel atau handal dan dapat dipercaya. Nilai standar 0.60 merupakan standar yang dibangun jika suatu instrumen dengan nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0.60 maka telah mencapai reliabilitas.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil uji histogram menunjukkan garis histogram membentuk gunung dan terlihat sempurna dengan kaki yang simetris, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan nilai toleransi yaitu, dapat dilihat pada Uji Multikolinearitas nilai tolerance pada variabel Kualitas Produk (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) > 0,10. Artinya tidak terjadi multikolinearitas. Jika berdasarkan nilai VIF pada variabel (X₁) dan (X₂) < 10,00. Artinya tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Uji Heteroskedastisitas diketahui bahwa titik – titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, artinya bahwa model regresi yang baik/ideal mampu terpenuhi.

Analisis Deskriptif Jawaban Responden

Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Produk (X₁)

Jawaban responden pada variabel Kualitas Produk (X₁) yang paling banyak pada kategori setuju yaitu mencapai 60.8% dari setiap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Perincian jawaban responden setiap indikator pertanyaannya adalah sebagai berikut:

1. Tekstur makanan Sambal Gami lembut, 48.5% menyatakan setuju, dan 22.7% sangat setuju.
2. Tekstur makanan Sambal Gami empuk, 48.5% menyatakan setuju, dan 19.6% menyatakan sangat setuju.

3. Penampilan Gami yang dihidangkan menarik, 44.3% menyatakan setuju, dan 25.8% responden menyatakan sangat setuju.
4. Penyajian Gami yang dihidangkan, 47.4% menyatakan setuju, 21.6% sangat setuju, dan 25.8% tidak setuju.
5. Porsi makanan yang disajikan tergolong banyak, 45.4% menyatakan setuju, 11.3% sangat setuju, dan 37.1% tidak setuju.
6. Porsi makanan yang disajikan tergolong sedikit, 51.5% menyatakan tidak setuju, 27.8% setuju, dan sangat tidak setuju 14.4%.
7. Aroma tajam makanan menggugah selera makan, 39.2% menyatakan setuju, dan 30.9% tidak setuju.
8. Aroma makanan tidak amis, 54.6% menyatakan setuju, dan 11.3% sangat setuju.
9. Rasa makanan yang gurih, 51.5% menyatakan setuju, dan 19.6% sangat setuju.
10. Rasa pedas makanan yang pas, 37.1% menyatakan setuju, dan 32% tidak setuju.

Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Variabel Harga (X_2)

Jawaban responden pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2) yang paling banyak pada kategori setuju yaitu mencapai 50.5% dari setiap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Perincian jawaban untuk setiap indikator pertanyaannya adalah sebagai berikut:

1. Rumah Makan Sambal Gami Khas Bontang bersih, 45.4% menyatakan setuju, dan 26.8% tidak setuju.
2. Rumah Makan Sambal Gami Khas Bontang nyaman, 44.3% menyatakan setuju, 26.8% sangat setuju, dan 22.7% tidak setuju.
3. Karyawan Rumah Makan Sambal Gami Khas Bontang cepat dan terampil dalam melayani pembeli, 49.5% menyatakan setuju, 15.5% sangat setuju, dan 27.8% tidak setuju.
4. Karyawan Rumah Makan Sambal Gami Khas Bontang sesuai dalam membuat pesanan pembeli, 55.7% menyatakan setuju, 13.4% sangat setuju, dan 21.6% tidak setuju.
5. Karyawan Rumah Makan Sambal Gami Khas Bontang sigap menangani kebutuhan pembeli, 43.3% menyatakan setuju, 19.6% sangat setuju, dan 30.9% tidak setuju.
6. Karyawan Rumah Makan Sambal Gami Khas Bontang selalu tanggap terhadap keluhan yang diajukan pembeli, 41.2% menyatakan setuju, dan 32% tidak setuju.
7. Karyawan Rumah Makan Sambal Gami Khas Bontang Samarinda ramah dalam berkomunikasi dengan pembeli, 45.4% menyatakan setuju, 21.6% sangat setuju, dan 27.8% tidak setuju.
8. Karyawan Rumah Makan Sambal Gami Khas Bontang Samarinda memberikan pelayanan dengan sopan terhadap pembeli, 46.4% menyatakan setuju, 23.7% sangat setuju, dan 22.7% tidak setuju.

9. Karyawan Rumah Makan Sambal Gami Khas Bontang Samarinda perhatian dalam memahami keinginan pembeli, 44.3% menyatakan setuju, dan 30.9% tidak setuju.
10. Karyawan Rumah Makan Sambal Gami Khas Bontang Samarinda peka dalam memahami keinginan pembeli, 46.4% menyatakan setuju, dan 27.8% tidak setuju.

Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Jawaban responden pada variabel Keputusan Pembelian (Y) yang paling banyak pada kategori setuju yaitu mencapai 55.7%. Perincian jawaban untuk setiap indikator item pertanyaan adalah sebagai berikut:

1. Keinginan atau kemantapan untuk membeli makanan, 47.4% responden menyatakan setuju, 23.7% sangat setuju, dan 22.7% menyatakan tidak setuju.
2. Memberi saran kepada orang lain (teman, kerabat, dll.) untuk datang dan membeli makanan, 50.5% responden menyatakan setuju, dan 20.6% sangat setuju.
3. Sesuai dengan pesanan Konsumen, 56.7% responden menyatakan setuju, dan 12.4% sangat setuju.
4. Tidak kurang dalam memberikan pesanan Konsumen, 53.6% responden menyatakan setuju, dan 13.4% sangat setuju.
5. Transaksi pembelian tidak rumit, 58.8% responden menyatakan setuju, dan 14.4% sangat setuju.
6. Transaksi pembelian tidak menimbulkan kebingungan, 56.7% responden menyatakan setuju, dan 15.5% sangat setuju.
7. Pembayaran di kasir atau meminta bill lebih mudah dan cepat, 49.5% responden menyatakan setuju, dan 19.6% sangat setuju.
8. Memiliki variasi cara pembayaran *Cash on delivery*, *credit card* dan lainnya menjadi lebih praktis, 47.4% responden menyatakan setuju, dan 28.9% sangat setuju.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian bahwa ada pengaruh signifikan variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda. Setiap ada peningkatan atau penurunan kualitas produk maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 50.5%. Nilai koefisien korelasi (r) berada pada kategori “Kuat” dengan arah pengaruh positif, yang berarti bahwa semakin tinggi Kualitas Produk maka semakin meningkatkan keputusan pembelian.

Penelitian ini didukung penelitian terdahulu oleh, Sutrisna & Sejati (2016) bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada Starbucks Coffee Cabang Galaxy Mall Surabaya. Selanjutnya hasil penelitian, Ekawati & Khasanah (2014) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada RM Olive Fried Chicken Tembalang Semarang.

Kualitas produk merupakan semua yang ditawarkan kepada konsumen atau pasar untuk dipertahankan, dimiliki, digunakan, dan dikonsumsi yang diharapkan mampu memuaskan keinginan atau kebutuhan penggunanya, Isfahila & Fatimah (2018). Produk tidak hanya dalam bentuk barang berwujud, tetapi jauh lebih luas, yang meliputi objek fisik, jasa, kegiatan, orang, tempat, organisasi, ide atau campuran dari hal-hal tersebut, Fatihudin & Firmansyah (2019).

Kualitas produk yang baik akan berujung pada keputusan pembelian, karena ia puas atas produk tersebut yang selanjutnya akan membuat konsumen menjadi loyal terhadap produk tersebut. Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda harus terus berupaya memberikan kualitas produk yang baik pada konsumen, yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan memperhatikan standar kualitas yang diharapkan konsumen dan yang ada pada produknya. Hal ini dimaksudkan agar kualitas yang diberikan Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda tidak kalah bersaing dengan produk kompetitornya.

Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda terus mempertahankan strategi penjualan dengan cara memberikan dan meningkatkan kualitas produk makanan, dikarenakan peningkatan pada kualitas produk ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kualitas produk makanan pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda saat ini telah menjadi aset yang paling bernilai bagi Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda. Selain sangat membantu dalam penetrasi pasar, kualitas produk yang baik juga menciptakan loyalitas konsumen. Kualitas Produk pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda cenderung lebih mudah memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai dengan persepsi konsumen.

Penerapan kualitas produk pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda dalam persaingan dapat menambah daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian dikarenakan kualitas produk makanan yang memenuhi aspek: (1) Tekstur; (2) Penampilan atau Penyajian; (3) Porsi; (4) Aroma; dan (5) Rasa yang mendasari pertimbangan-pertimbangan setiap konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Saat ini konsumen tetap fokus memperhatikan aspek kualitas produk. Guna menunjang strategi perusahaan untuk bersaing dalam mempertahankan pangsa pasar, maka kualitas produk harus ditingkatkan agar dapat menarik para konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian atau pemakaian produk. Keputusan pembelian yang terus menerus membuktikan bahwa produk yang dibuat dapat diterima oleh masyarakat luas, Hidayah (2015).

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian bahwa ada pengaruh signifikan variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Sambal Gami

Awang Long Khas Bontang Samarinda. Setiap ada peningkatan atau penurunan kualitas pelayanan maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 34.9%. Nilai koefisien korelasi (r) berada pada kategori “Kuat” dengan arah pengaruh positif, yang berarti bahwa semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka semakin meningkatkan keputusan pembelian.

Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan kualitas pelayanan kepada konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian di Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda. Dapat disimpulkan bahwa penerapan kualitas pelayanan yang ada di Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda mampu memuaskan konsumen. Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda mampu memberikan pelayanan yang baik dan diterima dengan baik pula oleh konsumennya dengan baik sehingga faktor kualitas pelayanan menjadi perhatian utama oleh konsumen dalam setiap keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat kemampuan (*ability*) dari suatu perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Konsumen selain ingin mendapatkan penjelasan tentang kualitas produk dengan baik juga ingin mendapatkan layanan yang ramah. Konsumen disini tidak hanya sekedar membutuhkan informasi produk yang sesuai selera tetapi juga menikmati kenyamanan layanan. Selain itu penerapan kualitas pelayanan yang tepat oleh Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda akan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Baik pembelian secara langsung maupun secara *online*.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Ada pengaruh signifikan variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda. Setiap ada peningkatan atau penurunan kualitas produk maka akan mempengaruhi keputusan pembelian. Nilai koefisien korelasi (r) berada pada kategori “Kuat” dengan arah pengaruh positif, yang berarti bahwa semakin tinggi Kualitas Produk maka semakin meningkatkan keputusan pembelian. (2) Ada pengaruh signifikan variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda. Setiap ada peningkatan atau penurunan kualitas pelayanan maka akan mempengaruhi keputusan pembelian. Nilai koefisien korelasi (r) berada pada kategori “Kuat” dengan arah pengaruh positif, yang berarti bahwa semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka semakin meningkatkan keputusan pembelian. (3) Ada pengaruh signifikan variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersamaan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda.

Daftar Pustaka

- Anggraini, M. (2018). gastrodiplomasi sebagai strategi pengembangan pariwisata kuliner Indonesia dalam mendukung program ASTP. *Seminar Nasional Dan Diskusi Panel Multidisiplin Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2018*, 1(1).
- Ekawati, D. R., & KHASANAH, I. (2014). *ANALISIS PENGARUHKUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLIVE FRIED CHICKEN TEMBALANG SEMARANG*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Estrada, A. A. E., & Wenagama, I. W. (2020). Pengaruh Laju Pertumbuhan Ekonomi, Indeks Pembangunan Manusia dan Tingkat Pengangguran Terhadap Tingkat Kemiskinan. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Hayati, K. R., Kusnarto, K., Sholihatin, E., & Aprilisanda, I. D. (2019). PENGEMBANGAN MODEL KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN PADA INDUSTRI KREATIF UNTUK Mendukung Pariwisata Desa Berkelanjutan Di Kota Batu. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 4(1), 59–72.
- Hidayah, G. T. (2015). *Pengaruh Penetapan Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jackstar Resto & Cafe*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Isfahila, A., & Fatimah, F. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2).
- Muliani, L. (2019). Potensi Bubur Ase Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Jakarta. *Destnesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(1), 50–56.
- Nugrahanto, R. P. (2016). KESIAPAN BERWIRAUSAHA SISWA KELAS XII SMK N 1 KEBUMEN TAHUN 2015/2016. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 5(1), 23–29.
- Prihanto, J. N., Tampoli, D. N., Forturia, A., Irawan, C., Nurmila, D., & Nurwiranti, T. U. (2019). *Analisis Demografi Melalui Peran Sektor UMKM (Studi pada Desa Keranggan, Setu, Tangerang Selatan)*. UMN Press.
- Romdonih, F. (2019). Perencanaan Dan Pengembangan Sumber Daya Terhadap Industri Pariwisata Di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan Serengseng Sawah Jagakarsa Jakarta Selatan Provinsi DKI Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 2(3), 374–394.
- Sari, N. (2018). Pengembangan ekonomi kreatif bidang kuliner khas Daerah Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1), 51–60.
- Sutrisna, B., & Sejati, A. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbuck Coffe Cabang Galaxy Mall Surabaya*. Skripsi.