

# Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading

Christian Halim<sup>1)</sup>, Donant Alananto Iskandar<sup>2)</sup>

Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ilmu Komunikasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis  
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

<sup>1)</sup> Email: Christianhalim36@gmail.com

<sup>2)</sup> Email: donant.iskandar@kalbis.ac.id

**Abstract:** The purpose of This study aims to determine the effect of product quality and service quality on consumer satisfaction Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading. This study uses a quantitative approach. Data was collected by distributing questionnaires using a Likert scale to measure each statement. Samples were taken as many as 105 respondents using purposive sampling technique from Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading. This research uses validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression and hypothesis test with the help of SPSS 23 program. The results show that product quality affects customer satisfaction, service quality affects customer satisfaction and simultaneously product quality and service quality influence on consumer satisfaction at Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading.

**Keywords:** product quality, service quality, consumer satisfaction

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert untuk mengukur setiap pernyataannya. Sampel yang diambil sebanyak 105 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling dari Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen serta secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading.

**Kata kunci:** kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

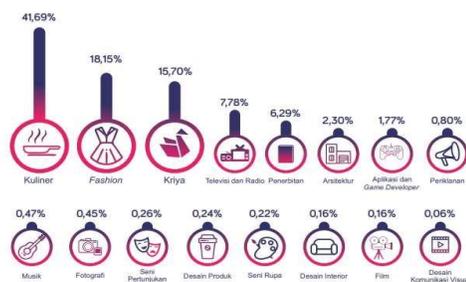
## I. PENDAHULUAN

Indonesia adalah Negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia. Jumlah penduduk di Indonesia sendiri menurut data dari Badan Perencanaan Pembangunan Nasional pada tahun 2018 yaitu 265 juta jiwa, melihat dari banyaknya jumlah penduduk Indonesia sudah dipastikan juga bahwa

kebutuhan pangan di Indonesia sangatlah tinggi.

Industri kreatif saat ini terdiri dari 16 sub-sektor yaitu musik, televisi dan radio, fesyen, aplikasi dan pengembangan permainan, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, film dan animasi, fotografi, kriya, kuliner, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan dan seni rupa. Industri kreatif terus mengalami perkembangan dan kemajuan

dari tahun ke tahun, hal ini dapat dilihat dari data statistik dan hasil survei ekonomi kreatif yang tertera pada Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF).



Gambar 1 Kontribusi Produk Domestik Bruto Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor

Data hasil survei BEKRAF, dapat dilihat bahwa bidang kuliner memiliki pengaruh yang cukup besar dalam perkembangan ekonomi kreatif. Data statistik menunjukkan bahwa kuliner menduduki peringkat pertama dengan hasil mencapai sebesar 41,69%. Menurut data Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF), kuliner merupakan salah satu penopang di industri kreatif yang mencapai 68% dari 8,2 juta unit industri kreatif. Subsektor kuliner juga berkontribusi sebesar 41,4% dari total kontribusi perekonomian kreatif Rp. 922 triliun pada tahun 2016. Angka ini merupakan yang paling tinggi dibandingkan dengan 16 subsektor lainnya yang terdaftar di Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.

Bisnis kuliner saat ini dinilai sebagai salah satu jenis usaha yang cukup menjanjikan di kota-kota besar salah satunya kota Jakarta. Perkembangan wisata kuliner di kota Jakarta ditandai dengan munculnya berbagai rumah makan yang unik sehingga menarik minat konsumen untuk datang ke tempat tersebut. Kebutuhan hidup masyarakat mendorong para pebisnis untuk berlomba-lomba mendirikan rumah makan yang sesuai dengan gaya hidup modern sekarang ini

dan memiliki keunggulan tersendiri. Keunggulan tersebut dilihat dari makanan dan minuman yang disajikan, harga yang terjangkau, lokasi dan suasana tempat yang nyaman. Oleh karena itu pengelola harus memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang tepat agar dapat bersaing.

Untuk dapat bersaing di tengah maraknya persaingan, pebisnis harus menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Dengan ini pebisnis harus selalu memperhatikan kualitas produk yang dijual dan menjaga keseimbangannya, sehingga pelanggan merasa ketagihan untuk terus menikmati hidangan.

Selain kualitas produk, faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas jasa yaitu : bukti fisik (*Tangible*), keandalan (*Reliability*), daya tangkap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan *Empathy*. Menurut Kotler (2011, p. 17). Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak terwujud) dan tidak menghasilkan sesuatu. Sedangkan menurut Goeth dan Davis yang dikutip Tjiptono (2012, p. 51), menyatakan bahwa: “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi

harapan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh konsumen agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Bakmi Kepiting Ahok 36 adalah nama rumah makan yang dikenal masyarakat khususnya daerah Kelapa Gading Jakarta Utara yaitu terletak di Jalan Kelapa Kopyor raya Blok M I No.2, Kelapa Gading Timur, Kelapa Gading, RT.17/RW.2, Klp. Gading Tim., Kec. Klp. Gading, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240. Dinamakan Bakmi Kepiting A-hok 36 karena menu yang disediakan yaitu seafood dengan menu andalannya adalah daging kepiting. Selain bakmi kepiting juga menyediakan aneka masakan kwetiaw, nasi goreng, hekung, sop, bihun, bakso ikan dan lainnya.

Dari proses berdirinya Bakmi Kepiting Ahok 36 hingga kini banyak sekali para pesaing di sekitarnya seperti rumah makan Bakmi Aloi, Lomie Pinangsia, Bakmi Asiong Surabaya dan lainnya, ini tidak menjadikan bahwa Bakmi Kepiting Ahok 36 kalah bersaing tetapi menjadikan rumah makan ini terus berkembang pesat hingga saat ini, dengan terus mengoptimalkan dan menjaga kualitas produk serta menjaga kualitas rasa dari produk yang disajikan sehingga konsumen akan merasa puas setelah menikmati hidanganannya.

BAKMI		SEAFOOD	
Bakmi Ayam Lada Hitam	Rp. 25.000	Bakmi Kepiting	Rp. 35.000
Bakmi Kepiting Ayam	Rp. 27.000	Bakmi Kepiting Spesial	Rp. 40.000
Bakmi Garing Bihun	Rp. 40.000	Bakmi Kepiting 1/2	Rp. 21.000
Bakmi Ayam Special	Rp. 37.000	Bakmi Garing Prawn	Rp. 30.000
Bakmi Garing Special	Rp. 40.000	Bakmi Ayam Prawn	Rp. 35.000
Bakmi Ayam 1/2	Rp. 21.000	Bakmi Garing 1 1/2	Rp. 40.000
Bakmi Garing Prawn	Rp. 30.000	Bakmi Ayam Jumbo	Rp. 37.000
Bakmi Ayam Prawn	Rp. 35.000	Penyetan Garing	Rp. 40.000
Bakmi Garing 1 1/2	Rp. 40.000	Penyetan Nasi Bihun	Rp. 37.000
Bakmi Ayam Jumbo	Rp. 37.000	Nasi Goreng	Rp. 40.000
Penyetan Garing	Rp. 40.000		
Penyetan Nasi Bihun	Rp. 37.000		
Nasi Goreng	Rp. 40.000		

Gambar 1 Menu Makanan yang Tersedia di Bakmi Kepiting Ahok 36

Pada gambar 2 diatas menunjukkan bahwa menu masakan yang tersedia bukan hanya bakmi kepiting saja, masih banyak menu yang lainnya seperti bakmi goreng, nasi goreng, udang saus mentega, ayam kluyuk, ikan asam manis dan lainnya. Ini menunjukkan bahwa rumah makan Bakmi Kepiting Ahok 36 memiliki menu yang bervariasi dan pastinya disukai banyak masyarakat khususnya yang menyukai bakmi.



Gambar 3 Menu Andalan Bakmi Kepiting Ahok 36

Pada gambar 3 diatas menunjukkan menu andalan yang disediakan di rumah makan Bakmi Kepiting Ahok 36 yaitu bakmi dengan daging kepiting yang lezat serta dua capit kepiting yang menjadi ciri khas masakan tersebut. Bakmi kepiting ini memiliki rasa yang gurih asin dan sangatlah nikmat yang bisa membuat siapa saja yang makan akan merasa ketagihan.

Oleh karena itu rumah makan Bakmi Kepiting Ahok 36 selalu memperhatikan keinginan konsumen dengan terus melakukan kreatifitas dan inovasi yang baru tentang produknya serta meningkatkan kualitas rasa dari produk tersebut dan juga terus meningkatkan kualitas pelayanan.

Setelah melakukan observasi langsung, mendapati rumah makan ini selalu ramai di malam hari dikunjungi oleh pelanggan terutama hari sabtu dan minggu. Tentunya

banyaknya konsumen ini mewakili banyaknya kesan dan testimoni yang timbul dengan kepuasan produk dan pelayanan konsumen. Setelah melakukan wawancara dengan satu karyawan Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading beliau menjelaskan bahwa kini restoran masih terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen.

Peneliti telah melakukan pra survei selama 1 bulan yaitu dari bulan Januari hingga bulan Februari 2021. Ditujukan kepada 20 responden dan peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada 20 responden tersebut. Hasil dari pra survei yang telah dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

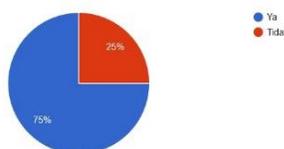
Apakah anda pernah makan di tempat Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading  
20 tanggapan



Gambar 2 Hasil Pra Survei Tentang Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading

Berdasarkan hasil pra survei pada gambar 4 yang telah dilakukan oleh peneliti, yaitu dari 20 responden terdapat 20 responden menjawab “Ya” 100%. Dapat disimpulkan Bakmi Kepiting Ahok 3 Kelapa Gading sangat baik dalam memperkenalkan produknya.

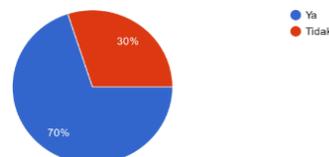
Menurut anda, apakah rasa makanan di Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading enak  
20 tanggapan



Gambar 3 Hasil Pra Survei Tentang Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading

Berdasarkan hasil pra survei pada gambar 5 yang telah dilakukan oleh peneliti, yaitu dari 20 responden terdapat 15 responden menjawab “Ya” dan 5 responden menjawab “Tidak”. Berdasarkan hasil pra survei pada gambar 1.4 bahwa sangat banyak responden yang enak makan di Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading yaitu sebesar 75%. Dapat disimpulkan Bakmi Kepiting Ahok 36 memiliki menu yang bervariasi dan pastinya disukai banyak masyarakat khususnya yang menyukai bakmi. Dan Sementara 5% sebagian Konsumen mengeluhkan rasa makanan yang disajikan terkadang masih berubah-ubah untuk jenis yang sama. Terkadang rasanya enak, terkadang juga rasanya hambar atau kelebihan bumbu.

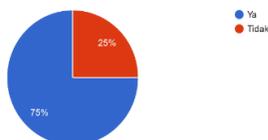
Apakah kualitas layanan di Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading, Baik?  
20 tanggapan



Gambar 4 Hasil Pra Survei Tentang Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading

Berdasarkan hasil pra survei pada gambar 6 yang telah dilakukan oleh peneliti, yaitu dari 20 responden terdapat 14 responden menjawab “Ya” dan 6 responden menjawab “Tidak”. Berdasarkan hasil pra survei pada gambar 1.6 bahwa sangat banyak responden yang menyukai kualitas pelayanan yang ramah sebesar 70%. Dan sementara 30% responden menjawab Tidak mengeluhkan pelayanan yang diberikan di Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading belum maksimal. Pelayanan lama dalam menyajikan makanan yang dipesan oleh konsumen. Hal ini menyebabkan konsumen hanya menghabiskan waktu untuk menunggu.

Apakah anda merasa puas dengan rasa makanan di Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading  
20 tanggapan



Gambar 6 Hasil Pra Survei Tentang Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading

Berdasarkan hasil pra survei pada gambar 7 yang telah dilakukan oleh peneliti, yaitu dari 20 responden terdapat 15 responden menjawab “Ya” dan 5 responden menjawab “Tidak”. Berdasarkan hasil pra survei pada gambar 1.7 bahwa cukup banyak responden yang puas membeli Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading yaitu sebesar 75%. Dapat disimpulkan Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading cukup puas dalam memberi kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Kesimpulan yang dapat di ambil oleh peneliti adalah dari gambar 4 terdapat 100% artinya semua responden pernah makan di tempat Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading. Pada gambar 1.5 terdapat 75% responden merasa enak makan di Bakmi Kepiting Ahok 36. Pada gambar 1.6 terdapat 70% responden yang menyukai kualitas pelayanan yang ramah. Pada gambar 1.7 terdapat 25% belum puas membeli Bakmi Kepiting Ahok 36 kelapa Gading, angka ini cukup besar dan menimbulkan masalah bagi Bakmi Kepiting Ahok 36 kelapa Gading. Maka dari itu, peneliti tertarik dan akan membahas mengenai “**Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading**”.

## II. METODE PENELITIAN

### A. Teori Pendukung

#### 1. Manajemen

Menurut Hasibuan (2014) manajemen merupakan suatu ilmu dan seni yang mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dalam mencapai tujuan tertentu. Sedangkan Menurut George R. Terry (2016) manajemen adalah proses yang terdiri dari tindakan perencanaan, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan dalam menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia maupun sumber daya lainnya.

#### 2. Manajemen Pemasaran

Menurut Suparyanto & Rosad (2015:1) manajemen pemasaran merupakan proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program yang mencakup pengkonsepkan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (dalam Priansa, 2017:4) manajemen pemasaran merupakan upaya manusia dalam mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan.

#### 3. Kualitas Produk

Menurut Assauri (2015:90) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat pada suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil dimaksudkan.

### Dimensi Kualitas Produk

Menurut (Purba & Aisyah, 2017:54) terdapat delapan dimensi kualitas produk sebagai berikut :

- Kinerja atau performa (*Performance*) Terkait dengan kinerja atau performa (*performance*) aspek fungsional utama (pokok) suatu produk atau jasa. Misalnya, performa pokok dari telepon genggam (*handphone*) adalah dapat menerima dan melakukan panggilan dengan suara yang jelas, makanan yang bersih dan sehat pada restoran, akselerasi dan kecepatan pada kendaraan, kemampuan mendinginkan dan membekukan air (es batu) pada kulkas.
- Keandalan (*Reliability*) Keandalan *reliability* terkait dengan kemampuan suatu produk untuk dapat terus berfungsi dalam periode waktu dan kondisi tertentu. Suatu produk dinyatakan mempunyai *reliability* yang rendah dapat di lihat dari seberapa sering produk tersebut tidak dapat berfungsi dengan semestinya dalam periode waktu tertentu.
- Kesesuaian (*Conformance*) Kesesuaian *conformance*, terkait dengan sejauh mana produk atau jasa sudah sesuai dengan spesifikasi yang ditetapkan.
- Kesanggupan atau kemampuan (*Serviceability*) Kesanggupan atau kemampuan pelayanan *serviceability*, terkait dengan kemudahan mendapatkan pelayanan, kecepatan pelayanan, dan akurasi serta kompetensi dalam merespon dan menyelesaikan keluhan konsumen.
- Estetika (*Aesthetics*) Estetika *aesthetics*, terkait dengan daya tarik panca indera terhadap suatu produk.

Misalnya, elok dipandang, penyelesaian yang mulus, rasa, bau, dan sebagainya.

Kualitas yang persepsikan (*Perceived Quality*) Kualitas yang persepsikan *perceived quality* terkait dengan perasaan dan pengalaman konsumen dalam menggunakan produk dan merek tertentu. Dimensi ini tergolong subjektif, karena berkaitan dengan reputasi produk yang telah dibangun oleh merek atau perusahaan tertentu.

### 4. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

### Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:442), terdapat lima dimensi dari kualitas layanan, yaitu:

- *Reliability* (Keandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan layanan yang dijanjikan yang dapat diandalkan dan akurat.
- *Tangibles* (Bukti Fisik), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana komunikasi serta penampilan dari karyawan tersebut.
- *Responsiveness* (Kepekaan), yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
- *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan dari karyawan untuk menyampaikan rasa percaya dan percaya diri.
- *Empathy* (Empati), yaitu perhatian. Perhatian khusus yang diberikan kepada pelanggan.

## 5. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2012 : 46) mendasarkan bahwa Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya jika kinerja tidak sesuai harapan maka konsumen akan merasa kecewa.

### Dimensi Kepuasan Konsumen

Berikut ini adalah dimensi kepuasan konsumen menurut Fandy Tjiptono (2012:212), yaitu sebagai berikut:

- *Tangibles* (bukti fisik) Bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, representasi fisik produk atau jasa.
- *Reliability* (keandalan) Kemampuan untuk melaksanakan produk atau jasa yang dijanjikan tepat dan terpercaya.
- *Responsiveness* (ketanggapan) Kemampuan untuk membantu pelanggan dengan memberikan produk atau jasa dengan cepat atau ketanggapan.
- *Empathy* (empati) Syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.

### B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih, Sehingga dalam penelitian ini mengetahui adanya pengaruh dari variabel, yaitu variabel (X) Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap (Y) Kepuasan Konsumen Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading.

## C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menggunakan metode dokumentasi. Dokumentasi dan penyebaran kuisisioner. Prosedur pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan dua cara yaitu:

### 1. Kuesioner

Yaitu proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian melalui daftar pertanyaan yang diajukan kepada semua responden. Dimana kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup. Dimana Kuesioner tertutup adalah jenis pertanyaan yang diberikan kepada responden dengan jawaban tertutup. Kuesioner dengan pertanyaan tertutup ini mengandung arti bahwa seorang peneliti atau penyusun kuesioner membatasi pilihan jawaban yang akan diberikan oleh responden. Responden atau informan hanya diperkenankan memilih jawaban yang tertera pada setiap pertanyaan.

Jawaban dari setiap instrumen pernyataan atau pertanyaan yang menggunakan skala *likert* ini akan menghasilkan skor seperti yang terlihat dalam instrumen dibawah ini:

Tabel 1 Metode Pembobotan Skala Likert

Pernyataan	Bobot Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

## 2. Observasi

Yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap responden melalui tanya jawab. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi partisipan. Observasi partisipan adalah suatu proses pengamatan yang dilakukan oleh observer dengan ikut ambil bagian dalam kehidupan orang-orang yang akan diobservasi, sehingga observer sungguh-sungguh seperti anggota kelompok yang diobservasi.

### D. Uji Yang di Pakai

#### 1. Uji Validitas

Metode analisis Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2010), suatu kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas terhadap kuesioner menggunakan rumus korelasi pearson.

Kreteria pengujian validitas manual :

- 1) Jika nilai  $r$  hitung  $\geq$  dari  $r$  tabel maka item angket dinyatakan valid dan dapat dipergunakan sebagai alat pengumpul data.
- 2) Jika nilai  $r$  hitung  $\leq$  dari  $r$  tabel maka item angket dinyatakan tidak valid dan tidak dapat dipergunakan sebagai alat pengumpul data. Pengujian validitas juga dapat dilakukan menggunakan program *Statistic Package for social science (SPSS) versi 23 for windows*.

Dengan kriteria pengujian melalui SPSS 23 yaitu :

$Sig < 0,05 =$  item pertanyaan dikatakan valid

$Sig > 0,05 =$  item pertanyaan dikatakan tidak valid

(0,05 adalah tingkat error atau kesalahan 5% tingkat kepercayaan 95 %)

#### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan salah satu karakter utama instrumen pengukuran yang baik bahwa suatu tes dikatakan reliabel jika selalu memberikan hasil yang sama jika diteskan pada kelompok yang sama pada waktu atau kesempatan yang berbeda. Adapun uji reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab hal hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner. Untuk perhitungan di SPSS dimana menurut (Sugiyono, 2015: 365) reliabilitas pertanyaan dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach's alpha  $>$  dari 0,60.

#### 3. Uji Asumsi Klasik

##### • Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013, p. 160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji T dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. uji yang dilakukan dengan menggunakan uji statistic *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test*, jika didapat nilai signifikan  $>$  0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal secara *multivariate*.

- **Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2016, p. 103). Cara umum yang digunakan oleh peneliti untuk mendeteksi ada tidaknya masalah multikolinearitas pada model regresi adalah nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*. Jadi dapat disimpulkan bahwa jika *variance inflation factor (VIF)* lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas.

- **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain Ada cara untuk mendeteksi masalah heteroskedastisitas pada model regresi, yakni:

Melakukan uji heteroskedastisitas dengan Uji Korelasi Spearman (Widarjono, 2015:71). Uji ini dilakukan dengan mengkorelasikan variabel-variabel bebas terhadap nilai residual. Residual adalah selisih antara nilai variabel Y dengan nilai variabel Y yang diprediksi. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat. Pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengolah data yang diperoleh sehingga didapatkan suatu analisis atau hasil uji. Berikutnya, analisis inferensial yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan alasan sebagai berikut:

a. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Jumlah variabel independen lebih dari satu.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Konsumen

a : Konstanta

b1 b2 : Koefisien regresi dari variabel bebas

X1 : Kualitas Produk

X2 : Kualitas Pelayanan

e : Error

#### 5. Analisis Koefisien Determinasi atau Koefisien Penentu (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel kepuasan konsumen. Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Penggunaan R square adalah bias terhadap jumlah variabel kualitas pelayanan dan fasilitas yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan ke model, maka R-square pasti meningkat tidak peduli apakah variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan tersebut berpengaruh secara signifikan atau tidak.

$$KD = R^2 \times 100 \%$$

#### 6. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis, yaitu metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari Analisa data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun tidak terkontrol. Dalam statistik sebuah hasil dapat dikatakan signifikan secara statistik dan tidak mungkin disebabkan oleh faktor yang kebetulan, sesuai dengan batas probabilitas yang sudah ditentukan sebelumnya. Keputusan dari uji hipotesis selalu dibuat

berdasarkan pengujian hipotesis nol. Hal ini merupakan pengujian untuk menjawab pertanyaan yang mengasumsikan hipotesis nol benar.

- **Uji Parsial (Uji T)**

Uji T, yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui atau pengaruh dari masing-masing variabel secara parsial (*independent*) atau individu atau secara terpisah terhadap variabel terikat (*dependent*). Kaidah pengujiannya:

$$t \text{ hitung} = \frac{r_1 \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r_1^2}}$$

Langkah selanjutnya dengan membandingkan dengan dengan taraf signifikansi 5% (0,05). Taraf signifikan adalah kesalahan dalam menerima atau menolak hipotesis. Dapat ditarik kesimpulan apakah hipotesis nol ( $H_0$ ) atau *hipotesis alternative* ( $H_a$ ) tersebut diterima atau ditolak. Adapun uji hipotesisnya adalah :

- Apabila  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, berarti ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.
- Apabila  $t$ -hitung  $\leq$   $t$ -tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

- **Uji Simultan (Uji F)**

Uji F, yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh dari variabel bebas (*independent*) secara simultan atau serempak terhadap variabel terikat (*dependent*).

Kaidah pengujiannya:

$$F_h = \frac{R^2 (n - m - 1)}{m \cdot (1 - R^2)}$$

Keterangan :

F : Nilai F yang dihitung

M : Jumlah variabel bebas

$R^2$ : Nilai koefisien korelasi ganda

n : Jumlah sampel

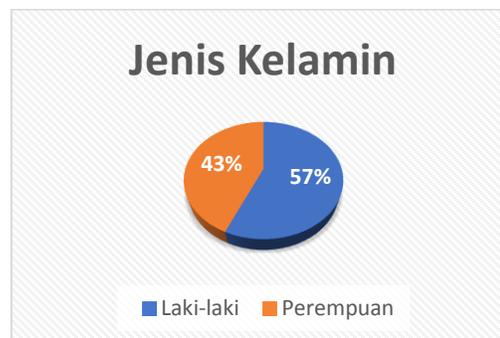
Ketentuan atau kriteria untuk penerimaan dan penolakan suatu hipotesis adalah :

- Apabila  $F$ -hitung  $>$   $F$ -tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara simultan atau serempak variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.
- Sebaliknya jika  $F$ -hitung  $\leq$   $F$ -tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, berarti secara simultan atau serempak variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Profil Responden

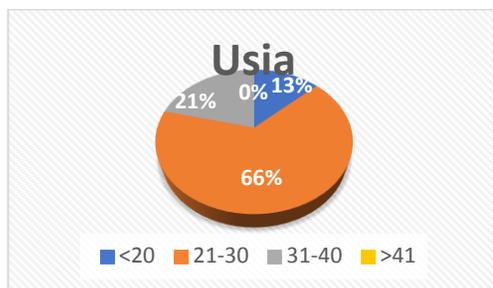
##### Jenis Kelamin



Gambar 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar diatas diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 61 orang (56,6%) dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 46 orang (43,4%). Artinya responden terbanyak adalah berjenis laki-laki.

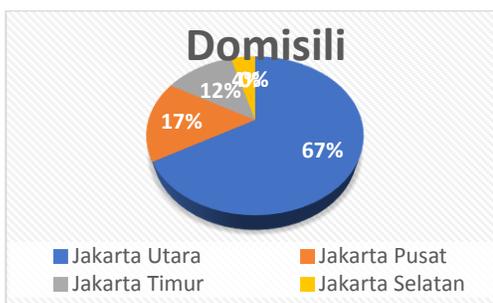
### Usia Responden



Gambar 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia responden Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading sebagian besar adalah responden dalam kategori usia 21-23 tahun yaitu sebanyak 69 responden (65.7%). Sedangkan kategori usia < 20 tahun yaitu sebanyak 14 responden (13.3%) dan kategori usia lebih dari 31-40 tahun sebanyak 22 responden (21%) dan > 40 tahun 0 responden.

### Domisili

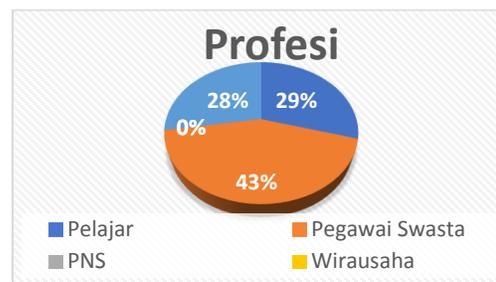


Gambar 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan domisili pelanggan Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading sebagian besar adalah responden dalam kategori Jakarta Utara yaitu sebanyak 70 responden (66.6%), kategori Jakarta Pusat yaitu sebanyak 17 responden (16.3%), Jakarta Timur yaitu sebanyak 13 responden

(12.3%) dan kategori Jakarta Selatan yaitu sebanyak 5 responden (4.8%).

### Profesi



Gambar 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

Berdasarkan pada hasil output gambar diatas diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan didapat hasil dimana karyawan dengan Profesi Pelajar adalah sebanyak 32 orang (29,4%), Pegawai Swasta berjumlah 45 orang (43,1%), Ibu Rumah Tangga berjumlah 28 orang (27,5%), Wirausaha dan PNS tidak ada.

### Pengeluaran Makan

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran

Kategori	Frekuensi	Persentase
<500.000	42	40.0%
500.000 – 1.500.000	40	38.1 %
1.500.000 – 3.000.000	23	21,9 %
>3.000.000	0	0 %
<b>Total</b>	<b>105</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan Pengeluaran makan di restoran dalam sebulan sebagian besar adalah responden dalam kategori pendapatan < Rp500.000,00 yaitu sebanyak 42 responden (40.0%), kategori Rp500.000 – Rp1.500.000 yaitu sebanyak 40 responden (38.1%) dan kategori Rp500.000 – Rp3.000.000 sebanyak 23 responden (21.9%) dan > Rp3.000.000 sebanyak 0 responden.

**Main-test**

**Uji Normalitas**

Tabel 3 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	105
Asymp. Sig. (2-tailed)	.131 <sup>c</sup>

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil pengujian normalitas dengan metode *one-sample kolmogorov-smirnov test* dengan signifikansi 0,131 (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) yang lebih besar dari 0,05, dan dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi secara normal.

**Uji Multikolinearitas**

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Model	Coefficient <sup>a</sup>			Keterangan
	Collinearity Statistics	VIF	Tolerance	
Kualitas Produk	1.014	10	0.987	Tidak ada gejala
Kualitas Pelayanan	1.014	10	0.987	Multikolinearitas

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) menunjukkan nilai VIF variabel kualitas produk adalah 1,014, dan nilai VIF variabel kualitas pelayanan adalah 1,014. Hal Ini menunjukkan tidak ada satu variabel independen pun yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

Jika dilihat dari nilai *tolerance*, nilai *tolerance* variabel kualitas produk 0,987, dan nilai *tolerance* variabel kualitas pelayanan 0,987. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas dari penilaian *tolerance* karena memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10.

**Uji Heteroskedastisitas**

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients			
Model	Nilai	Sig.	Standard Keterangan
Kualitas Produk	0.654	0,05	Tidak ada gejala Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0.897	0,05	

Berdasarkan Tabel diatas Uji *Heteroskedastisitas Spearman* diatas terlihat bahwa nilai signifikansi dari semua variabel independen > 0,05, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi kualitas produk adalah 0,654, nilai signifikansi dari kualitas pelayanan adalah 0,897. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak ada terjadi heteroskedastisitas.

**Uji Hipotesis**

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients	
Model	Unstandardized Coefficient
<i>B</i>	
(Constant)	4.740
Kualitas Produk	0.484
Kualitas Pelayanan	0.320

$$Y = 4,740 + 0,484X_1 + 0,320X_2 + e$$

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) yang diperoleh sebesar 4,740 artinya jika variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) nilainya adalah 0, maka kepuasan konsumen yang dihasilkan nilainya adalah 4,740 dengan asumsi variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dianggap tetap.

- b. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,484 artinya jika kualitas produk naik sebanyak 1 satuan, maka akan berpengaruh pada kepuasan konsumen sebesar 0,484. Koefisien bernilai positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, maka semakin meningkatnya kualitas produk maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen.
- c. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,320 artinya jika kualitas pelayanan naik sebanyak 1 satuan, maka akan berpengaruh pada kepuasan konsumen sebesar 0,320. Koefisien bernilai positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, maka semakin meningkatnya kualitas pelayanan maka semakin meningkatnya juga kepuasan konsumen.

Berdasarkan keterangan persamaan regresi di atas, diketahui bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas produk dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,484, dan variabel kualitas pelayanan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,320.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>	
Model	R Square
1	0.448

Berdasarkan tabel 4.13 Dapat diketahui bahwa variabel X1 dan X2 secara bersama-sama berpengaruh terhadap Y sebesar 0.448 atau sebesar 44.8% yang berarti variabel kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

### Uji T

Tabel 8 Hasil Uji T

Coefficien <sup>a</sup>				
Model	Nilai t Tabel	Nilai t Hitung	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk	1.983	7.218	0.000	Berpengaruh signifikan
Kualitas Pelayanan	1.983	4.664	0.000	Berpengaruh signifikan

Berdasarkan tabel diatas pada statistik uji-t yang terdiri dari Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dapat diketahui secara parsial pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen (Y):

- a. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan *output Coefficients* diatas, diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X1) adalah sebesar 7,218 bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).

- b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan *output Coefficients* diatas, diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X2) adalah sebesar 4,664 bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).

### Uji F

Tabel 9 Hasil Uji F

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	313.089	2	156.545	41.392	0.000
Residual	385.768	102	3.782		
Total	698.857	104			

Hasil pengolahan data dengan SPSS v23 di peroleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar  $41,392 > 3,085$  tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga jelas  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading.

#### IV. SIMPULAN

##### A. Kesimpulan Penelitian

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini terdapat beberapa kesimpulan:

1. Variabel kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading (Y).
2. Variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading (Y).
3. Variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading (Y).

##### B. Implikasi Manajerial

1. Pada variabel Kualitas Produk (X1) memiliki mean terendah yaitu "*Kualitas rasa yang terjamin*" sebesar (3,69), dalam hal Kualitas Rasa Yang Terjamin Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading seharusnya membuat standar bumbu masakan yang terukur, dengan melakukan pengukuran bumbu maka dapat menghasilkan rasa yang konsisten sehingga konsumen akan selalu merasakan rasa makanan yang konsisten.

2. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki mean terendah yaitu "*Penampilan karyawan rapih dan sopan*" sebesar (3,64), dalam hal Penampilan karyawan rapih dan sopan seharusnya Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading membuat dan menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP). Dengan ini karyawan maka pelaksanaan pekerjaan dapat dilakukan dengan rapi, sistematis, serta dapat meningkatkan kualitas pekerja dan membuat konsumen merasa nyaman untuk makan di tempat Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading.

3. Pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki mean terendah yaitu "*Banyak promosi yang ditawarkan*" sebesar (3,82), dalam hal ini Bakmi Kepiting Ahok 36 Kelapa Gading sebaiknya mengambil langkah kemitraan usaha (*Partnership*) dengan berbagai aplikasi pesan antar makanan online. Dengan ini dapat membuat konsumen lebih tertarik dengan promosi yang ditawarkan.

##### C. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

1. Diharapkan peneliti selanjutnya untuk mengganti variabel penelitian yang berbeda dan mengkaji lebih banyak sumber ataupun referensi yang terkait sehingga hasil penelitian dapat lebih baik dan lengkap.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mencari objek penelitian yang berbeda sehingga dapat menjadi bahan acuan yang berbeda dan dapat membagikan ilmu pengetahuan bagi khalayak umum.

##### D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan tinjauan pustaka atau penelitian terdahulu yang mendukung penelitian.
2. Penelitian ini dilakukan saat Indonesia sedang mengalami pandemi, yaitu COVID-19 yang menyebabkan adanya kebijakan baru dari pemerintah untuk berjaga jarak yang menyebabkan semua jenis usaha yang masuk dalam syarat PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) tutup untuk sementara waktu. Sehingga, peneliti terbatas dalam waktu dan pengambilan sampel.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Firmansyah, & Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, & Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, & Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, & Malayu S, P. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Kotler Philip, G. A. (2012). *Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition*. Pearson Education.
- Kotler, & Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (15th Edition ed.)*. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen (15th ed.)*. Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malayu. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi ed.)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Philip, K., & Gary, A. (2014). *Principles of Marketin, 12th Edition*. Jakarta: Erlangga.
- Priansa, & Junni, D. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Purba, & H. H. Aisyah, S. (2017). *Quality Improvement And Lean Six Sigma*. Yogyakarta: Expert.
- R., & George, T. (2016). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Purwokerto: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Terry, G. R., & Rue, L. W. (2016). *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Angkasa.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- UGM, S. (2017, Mei 22). *Inilah Tiga Subsektor Industri Kreatif yang Menjadi Unggulan Perekonomian Kreatif*. Diambil kembali dari Kumparan.com: <https://kumparan.com/soprema-ugm1494294022902/inilah-tiga-subsektor-industri-kreatif-yang-menjadi-unggulan-perekonomian-kreatif/full>
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariate Terapan Dengan Program SPSS, AMOS, dan SmartPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.