



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Pada Pelanggan Ayam Nelongso Cabang Tlogomas)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**OLEH**

**RAHMAD AGUNG YULIADI**

**NPM : 22001081161**



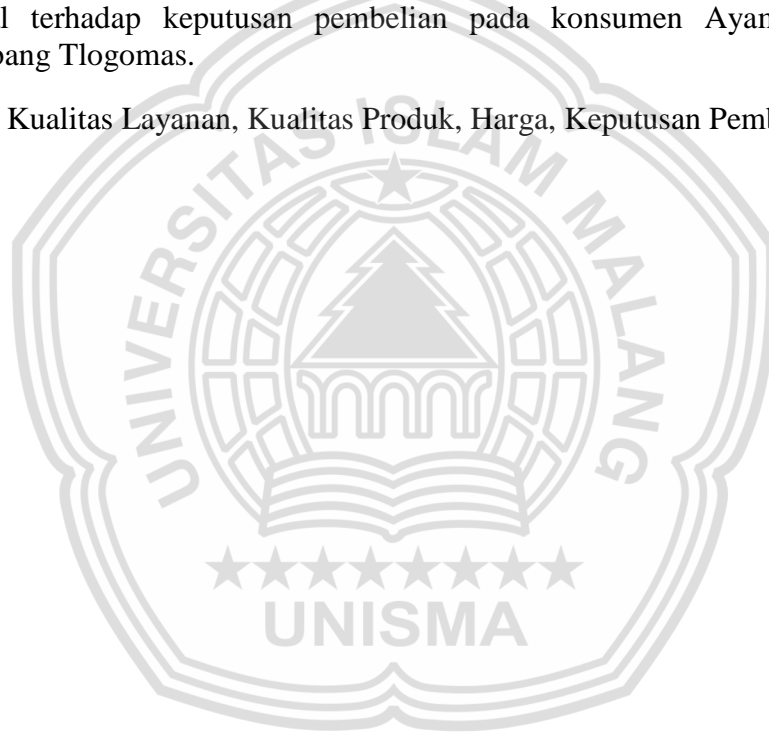
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2024**

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh simultan dan parsial kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Ayam Goreng Nelongso Cabang Tlogomas. Jumlah populasi dalam penelitian mencapai total 600 konsumen dengan sampel sebanyak 86 responden menggunakan rumus slovin. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan teknik *purposive sampling*. Sumber penelitian ini menggunakan sumber data primer dan metode dalam pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Penelitian ini diuji menggunakan uji instrumen, uji normalitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diketahui bahwa kualitas layanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara simultan dan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada konsumen Ayam Goreng Nelongso Cabang Tlogomas.

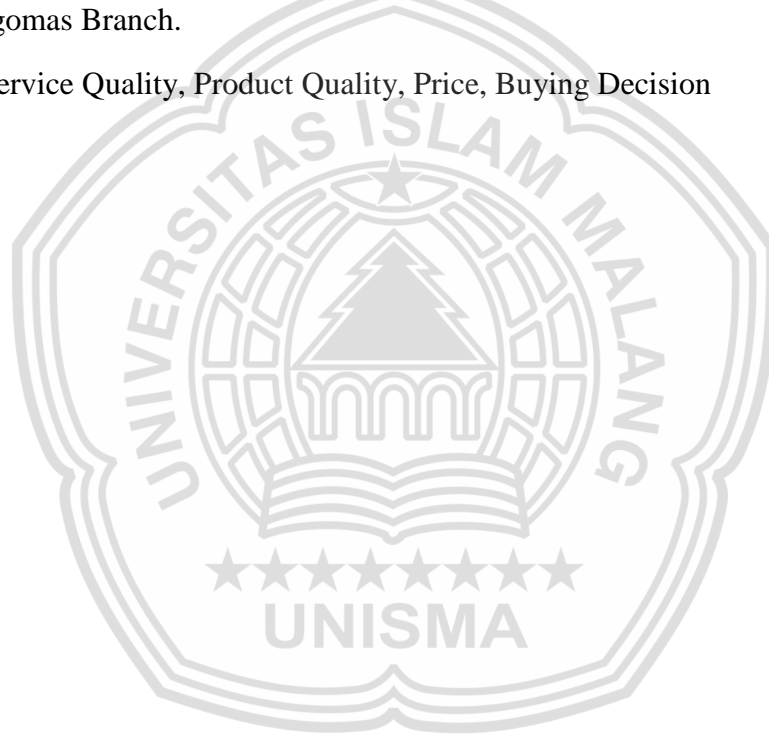
**Kata Kunci :** Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

The aim of this research is to determine and analyze the simultaneous and partial influence of service quality, product quality and price on purchasing decisions for consumers of Nelongso Fried Chicken, Tlogomas Branch. The total population in the study reached a total of 600 consumers with a sample of 86 respondents using the Slovin formula. This type of research is quantitative research with a purposive sampling technique approach. This research source uses primary data sources and the data collection method uses a questionnaire. This research was tested using instrument tests, normality tests, classical assumption tests, multiple linear regression, and hypothesis tests. Based on the results of the research and discussion, it can be seen that service quality, product quality and price have a simultaneous and partial effect on purchasing decisions for consumers of Nelongso Fried Chicken, Tlogomas Branch.

**Keywords:** Service Quality, Product Quality, Price, Buying Decision



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (Parekraf) di Indonesia telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan Sektor Pariwisata dan Industri Kreatif. Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Parekraf) berperan fundamental untuk menambah kesadaran lingkungan, mensejahterakan, budaya, dan teknologi, serta pemberdayaan perempuan, pemuda, dan kelompok masyarakat lainnya. Menteri Pariwisata & Ekonomi Kreatif / Kepala Badan Pariwisata & Ekonomi Kreatif menjelaskan bahwa ditahun 2019, Pertumbuhan industri pariwisata telah berhasil meningkatkan devisa sebesar Rp.280 Triliun, naik sebanyak 3,7% dari jumlah yang dicapai pada tahun sebelumnya, yakni sekitar Rp.270 Triliun. Di sisi lain, sektor ekonomi kreatif telah berkontribusi dengan pendapatan sebesar Rp.1,153 Triliun pada tahun 2019.

Pada 2020 sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Parekraf) di Indonesia mengalami perubahan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Risiko dari dampak adanya pandemi COVID-19, yang menyebabkan kebijakan penguncian wilayah negara seperti lockdown dan pengurangan kegiatan wisata. Namun demikian, setelah upaya yang panjang untuk mendukung pemulihan ekonomi nasional, terlihat adanya perkembangan positif dalam sektor pariwisata dan industri kreatif di Indonesia. Meskipun pandemi COVID-19 telah menjadi hambatan, sektor pariwisata dan ekonomi kreatif telah mampu bangkit dan mengambil peluang yang ada. Organisasi seperti *Knowledge Sharing Forum (KSF)* berfokus pada rintangan dan peluang pada saat dan setelah COVID 19, dengan ke-21 yang menjelaskan tentang pariwisata dan industri kreatif. Dengan keyakinan dari para ahli dalam membangkitkan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, langkah-langkah diambil untuk mempercepat pencapaian target tahun 2024. Target tersebut mencakup 8,5 juta kunjungan wisatawan dari luar negeri, 1,4 miliar

pergerakan wisatawan dalam negeri, dan juga memperluas 4,4 juta lapangan pekerjaan.

Trend Ekonomi Kreatif yang akan diperkirakan banyak peminatnya yaitu pemakaian data analitik & pembelajaran digital untuk membantu proses pembuatan produk dan konsumen supaya lebih maksimal. Selain itu, perkembangan ini seyogyanya diimbangi dengan peningkatan fungsi pilar pembangunan kepariwisataan, industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Nusantara sebagai negara yang kaya SDA serta keragaman budaya yang dapat memberi macam-macam hasil kreatif dalam menciptakan produk yang menjadi ciri khas suatu daerah contohnya souvenir, cinderamata atau kuliner yang menjadi nilai plus untuk perekonomian daerah tertentu.

Kota Malang mempunyai potensi besar dalam industri kreatif dan tujuan pariwisata. Industri kreatif dan destinasi pariwisata di Kota Malang saling berpengaruh dan saling berhubungan, sehingga pengelolaan keduanya memerlukan ilmu kreatif. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Malang melakukan pengukuran jumlah industri kreatif berdasarkan 16 subsektor industri untuk beberapa tujuan yakni: Mengukur Nilai PDRB Industri Kreatif Tahun 2020 secara Ilmiah. Langkah ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang akurat tentang kontribusi industri kreatif terhadap ekonomi Kota Malang pada tahun 2020. Memprediksi Nilai PDRB Industri Kreatif Tahun 2021. Dengan memahami tren dan data dari tahun sebelumnya, tujuan ini adalah untuk membuat perkiraan tentang bagaimana industri kreatif di Kota Malang akan berkembang pada tahun berikutnya. Menghitung Pertumbuhan Ekonomi Industri Kreatif pada Tahun 2020. Langkah ini bertujuan untuk mengevaluasi pertumbuhan ekonomi sektor industri kreatif pada tahun sebelumnya untuk memahami dampak dan perubahan yang telah terjadi. Memprediksi Tahun 2021 Berdasarkan Analisis Hasil Tahun 2020. Dengan menggunakan data dan analisis hasil dari tahun sebelumnya, tujuan ini adalah untuk membuat prediksi tentang bagaimana sektor industri kreatif akan berkinerja pada tahun berikutnya. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, tujuan ini adalah untuk memberikan saran

kepada Pemerintah Kota Metropolitan Malang tentang kebijakan dan langkah-langkah yang perlu diambil untuk mendukung dan memperkuat sektor industri kreatif di wilayah mereka.

Kota Malang terkenal sebagai kota pendidikan karena memiliki sejumlah universitas ternama. Sebagai pusat pendidikan, banyak pelajar dari luar Malang yang datang dan menetap di kota ini, terutama dari wilayah timur Indonesia seperti Bali, Nusa Tenggara, Sulawesi, Kalimantan, Maluku, Papua, bahkan dari luar negeri. Malang menjadi tempat bagi beragam institusi pendidikan seperti sekolah, universitas, lembaga pendidikan nonformal, dan pesantren. Ini menunjukkan peran penting kota Malang dalam memberikan akses pendidikan bagi masyarakat luas, baik lokal maupun dari luar kota. Oleh karenanya, populasi pelajar di Malang yang besar memberikan peluang khususnya bagi para wirausahadi bidang kuliner untuk menyediakan kebutuhan-kebutuhan pokok mereka. Bisnis makanan dan minuman merupakan suatu bisnis yang bisa dikatakan bisnis yang tak lekang oleh waktu, karena semua orang membutuhkan dan mencarinya untuk dinikmati ataupun untuk dicari keunikan / keistimewaan yang membedakan makanan tersebut dengan makanan yang lain.

Malang juga terkenal sebagai salah satu kota dengan jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terbanyak. Pada September 2023, jumlah UMKM di Malang mencapai 21.000, dengan perkiraan sekitar 5-10 persen dari total usaha di kota tersebut, menurut data Diskopindag Kota Malang. Di antara berbagai kelurahan yang ada di Malang, wilayah Kecamatan Lowokwaru menjadi yang memiliki jumlah UMKM terbanyak, dengan jumlah mencapai 3.019, menurut data dari Koperasi, Industri, dan Dagang Kota Malang. Hal ini menunjukkan kontribusi yang signifikan dari sektor UMKM terhadap perekonomian lokal di Malang, serta pentingnya dukungan dan pengembangan lebih lanjut untuk sektor ini.

Berkembangnya industri kuliner di suatu tempat tertentu didukung oleh kebiasaan (perilaku) masyarakat yang tinggal di sana. Kebiasaan dan gaya hidup sehari-hari membuat perbedaan antar tempat. Seperti halnya Kota



Malang yang merupakan kota metropolitan dengan mobilitas tinggi, kebiasaan menyantap makanan lezat siap saji lebih kuat dibandingkan di daerah pedesaan. Kota Malang menjadi tempat bagi banyak pengusaha, baik yang baru memulai usaha maupun yang sudah lama berkecimpung dalam dunia bisnis. Di antara beragam tempat makan di Kecamatan Lowokwaru, Ayam Goreng Nelongso menonjol sebagai salah satu rumah makan dengan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbanyak saat ini. Ayam Goreng Nelongso dikenal sebagai rumah makan yang menyajikan berbagai macam masakan dengan menggunakan olahan ayam sebagai bahan utamanya. Keberhasilan mereka menunjukkan potensi dan kreativitas pengusaha lokal dalam membangun usaha di sektor kuliner, yang merupakan bagian penting dari perekonomian Kota Malang.

Ayam Goreng Nelongso berdiri pertama kali pada bulan Februari 2013 di Karang Ploso, Kota Malang. Awalnya hanya memiliki sebuah toko kecil dengan ukuran 3 x 4 meter persegi. Seiring berjalannya waktu, Ayam Goreng Nelongso berkembang pesat dan kini telah memiliki puluhan cabang di berbagai kota di seluruh Indonesia. Ayam Goreng Nelongso telah membangun jaringan makanan yang populer di kalangan pelajar di Kota Malang. Salah satu cabang Ayam Goreng Nelongso di Kota Malang terletak di Jalan Raya Tlogomas, Tlogomas, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Ini menunjukkan kesuksesan dan pertumbuhan yang signifikan dari bisnis ini sejak didirikan. Ayam Goreng Nelongso memiliki keunikan karena berlogo bebek. Hal ini diungkapkan oleh pemilik atau pengelola Ayam Goreng Nelongso (Park Nanang Suherman), karena nilai sejarahnya, ia terlibat dalam pendanaan penelitian sejak berdirinya Ayam Goreng Nelongso. Banyak cabang Ayam Goreng Nelongso yang menerapkan strategi serupa untuk bisnis ini, yang mulai diterima di masyarakat dan berkembang pesat. Strategi akuisisi konsumen yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso adalah dengan menerapkan pelayanan yang cepat dan responsif layaknya restoran cepat saji. Pasalnya, proses pembeliannya singkat, terbukti dari pelayanan konsumen yang sopan dari para karyawannya. Senada dengan

Tjiptono dalam Sunyoto (2018), kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai usaha untuk meningkatkan atau menyelaraskan kualitas produk dengan harapan konsumen. Dari konsep ini, terlihat bahwa untuk memenuhi harapan konsumen, penting untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini mencakup pengakuan dari manajemen terhadap standar kerja karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Dengan memperhatikan kebutuhan konsumen dan memberikan pelayanan yang berkualitas, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan mereka..

Strategi lain yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso untuk menarik konsumen adalah dengan menetapkan harga yang disebut "Nelongso," yang bermakna "kasihan" dalam bahasa Indonesia. Penetapan harga ini didasarkan pada pemahaman bahwa pemilik Ayam Goreng Nelongso mengidentifikasi pelajar sebagai target pasar utamanya. Pelajar seringkali mencari makanan yang enak namun dengan harga yang terjangkau. Dengan menawarkan harga "Nelongso," Ayam Goreng Nelongso menawarkan nilai yang kompetitif kepada konsumen, sehingga memikat pelajar dan meningkatkan daya tarik mereka terhadap produknya. Hal ini akan membuat Ayam Goreng Nelongso mampu bersaing dengan banyaknya usaha kuliner baru yang ada di Kota Malang. Strategi penetapan harga yang menguntungkan menciptakan perbedaan yang membedakan dari restoran lain. Widyastuti (2018) menyatakan bahwa harga adalah sekumpulan nilai yang mempengaruhi jenis produk atau jasa dan berada dalam nilai tukar konsumen yang disebabkan oleh manfaat yang diberikan oleh produk atau jasa tersebut layanan konsumen yang digunakan.

Kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sebuah fenomena yang sejalan dengan temuan Qornadela (2020) mengenai bisnis Kartika Toast. Dengan kualitas layanan yang sangat baik, Ayam Goreng Nelongso telah berhasil meningkatkan kualitas produknya, menerima umpan balik positif dari komunitas, meningkatkan jumlah konsumen, dan meningkatkan keuntungan. Oleh karena



itu, menjadi menarik untuk menyelidiki apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga dalam pengambilan keputusan pembelian. Pemilihan subjek penelitian ini didasarkan pada kenyataan bahwa bisnis kuliner telah berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan makanan dan minuman. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemahaman lebih lanjut tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dalam industri kuliner. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2018) mendapatkan hasil bahwa penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan lokasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen cabang Mr. K Cafe. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data primer kuantitatif, seperti harga, kualitas produk, dan lokasi, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka skripsi ini mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Pada Pelanggan Ayam Nelongso Cabang Tlogomas).**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1.2.1** Apakah kualitas layanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dari konsumen Ayam Goreng Nelongso Cabang Tlogomas
- 1.2.2** Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dari konsumen Ayam Goreng Nelongso Cabang Tlogomas
- 1.2.3** Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dari konsumen Ayam Goreng Nelongso Cabang Tlogomas
- 1.2.4** Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dari konsumen Ayam Goreng Nelongso Cabang Tlogomas

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

- 1.3.1** Tujuan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dari konsumen Ayam Goreng Nelongso Cabang Tlogomas
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dari konsumen Ayam Goreng Nelongso Cabang Tlogomas
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dari konsumen Ayam Goreng Nelongso Cabang Tlogomas
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dari konsumen Ayam Goreng Nelongso Cabang Tlogomas

### 1.3.2 Manfaat penelitian

Manfaat teoritis :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian dari konsumen Ayam Goreng Nelongso Cabang Tlogomas
- b. Penelitian ini diharapkan sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan juga harga serta keputusan pembelian

Manfaat praktis :

- a. Diharapkan dapat menambah pengalaman dalam penelitian
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran maupun sebagai masukan bagi peneliti lain
- c. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi pertimbangan dalam memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1 Simpulan

Berdasarkan hipotesis sebelumnya kesimpulannya yaitu :

- 1 Kualitas layanan, kualitas produk, serta harga mempunyai pengaruh simultan atas keputusan pembelian dari konsumen Ayam Nelongso.
- 2 Kualitas layanan berpengaruh signifikan akan keputusan pembelian dari konsumen Ayam Nelongso. Selain dari segi rasa kualitas layanan juga penting bagi pertimbangan konsumen dalam menentukan pembelian suatu produk.
- 3 Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dari konsumen Ayam Nelongso. Muda-mudi usia segitu biasanya suka mencoba/mengeksplor berbagai jenis masakan nusantara.
- 4 Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dari konsumen Ayam Nelongso. Harga juga menjadi pertimbangan yang sangat menentukan konsumen dalam keputusan pembelian.

#### 1.2 Keterbatasan

- 1 Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen Ayam Goreng Nelongso khususnya di kalangan mahasiswa.
- 2 Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian.

#### 1.3 Saran

- 1 Kualitas layanan ditingkatkan, meskipun sudah baik namun perlu ditingkatkan
- 2 Memperluas sampel penelitian seperti konsumen Ayam Nelongso se-Jawa Timur, sehingga hasil penelitian lebih lengkap.
- 3 Melakukan penambahan variabel untuk penelitian berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdun Zaki (2023), “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cafe Ruang Singgah Malang)”. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang.
- Ahmad Amirudin Masykuri, Afi Rahmad Slamet, Fahrurrozi Rahman. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Konsumen Kedai Sarijan Coffee Jl. Simpang Gajayana No. 69 Kel. Merjosari Kec. Lowokwaru Kota Malang)”. E-Jurnal Riset Manajemen, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang.
- Bayu Wahyu Harsono Putra, Nurhajati, Afi Rahmad Slamet. “Pengaruh Merchandise, Promosi dan Atmosfir Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada BSM Sengkaling)”. E-Jurnal Riset Manajemen, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Malang.
- Astuti Miguna dan Matondang Nurhafifah, (2020). *Manajemen pemasaran* . CV. BUDI UTAMA
- Banchin Budiman Jhon (2021), *Citra Merek dan Word of Mouth*.
- Buchari alma , 2016 , *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa* . edisi revisi, Bandung CV Alfabeta.
- Dewi Hernikawati, (2022). Dampak Pandemi covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang. BPSDMP Kominfo Jakarta. Kementerian Komunikasi dan Informatika Jakarta.
- Dyah Eka Pratiwi (2018) Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mr. K Cafe Cabang Jalan Ki Mangunsarko 15 Semarang). Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang.
- Fahrul Ulum, 2020 “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma)”. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang.
- Faradiba, Sri Rahayu Astuti (2018) “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli ulang konsumen (studi kasus warung makan “Bebek Gendut” Semarang” Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam, 2019. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM*. 21 Update PLS Regresi. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.

- Imamul Arifin, 2018. *Membuka Cakrawala Ekonomi*, Jakarta: PT. Setia Purna.
- Handayani dan Taufik (2017) “Analisa Kepuasan Konsumen Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Atas Pembeliannya di Warung Angkringan (Studi Kasus Pada Warga Kos di Kota Semarang)”. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang.
- Kementerian Pariwisata & Ekonomi Kreatif (2020/2021), *Outlook Pariwisata & Ekonomi Kreatif Indonesia*. Kemenparekraf / Baparekraf.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2021). *Marketing Management*. 14th ed. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Maryati, M.Khoiri (2022), “pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian toko Time universe. Manajemen Bisnis, Universitas Putera Batam.
- Novita Dewi Rahmawati, 2020 “Pengaruh *Word of Mouth*, Citra Merek, *Brand Trust*, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu Telkomsel (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Bago Tulungagung)”. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang.
- Novita Sari, 2016 “Hubungan Antara Pelaksanaan Program Keselamatan dan Kesehatan dengan Semangat Kerja Karyawan Pada PT. PLN (Persero) Area Makassar”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar.
- Tjiptono, Fandy, (2018) *Strategi Pemasaran* edisi 2 Yogyakarta, Penerbit :Andi
- Putri Diana, I Ketut Suwena, Ni Made Sofia Wijaya (2017), “peran dan pengembangan industri kreatif dalam mendukung pariwisata di Desa Mas dan Desa Peliatan, Ubud.” Program studi S1 Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Denpasar Bali.
- Pemerintah Kota Malang, (2018) *Peraturan Walikota Malang Nomor 12 tahun 2018 tentang Road Map pengembangan Ekonomi Kreatif Sub Sektor Unggulan dan Sub Sektor Prioritas Kota Malang tahun 2018 – 2022*. Kota Malang.
- Pemerintah Kota Malang (2019). *Penelitian dan Pengukuran angka Ekonomi Kreatif Kota Malang tahun 2019*. Kota Malang: Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Kota Malang.
- Pertiwi Dewi (2021). *Pemasaran Jasa*.



Pratiwi , Mirza Ayunda; Aisyah, Niki; Saputra, Febri Eka, 2021. Kondisi dan Strategi UMKM disaat Pandemi covid-19 di Kota Tanjungpinang.

Waseso Segoro dan Rizqi Amalia Nugraha (2022) “Pengaruh Kualitas, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Botol Sosro”.Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang.

Widyastuti (2018), “Kualitas dan Harga sebagai Variabel terpenting pada Keputusan Pembelin sayur organik”Fakultas Ekonomi, Universitas Gorontalo

Zamroni, 2020 “Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Toko Komputer Cyber Mall Malang* (Studi Kasus Pada Konsumen *Cyber Mall Malang*)”. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang.

Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (2018), pemasaran jasa dan kualitas pelayanan. Jakarta: Salemba Empat. Nasution.

#### ARTIKEL

<http://repository.stei.ac.id/9350/3/BAB%2011.pdf>

<https://repository.um.ac.id/271933/>

<https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/expert-survey-sektor-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-tumbuh-pada-2024>