



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Pada Pelanggan Kafe Terserah Kopi Malang)**

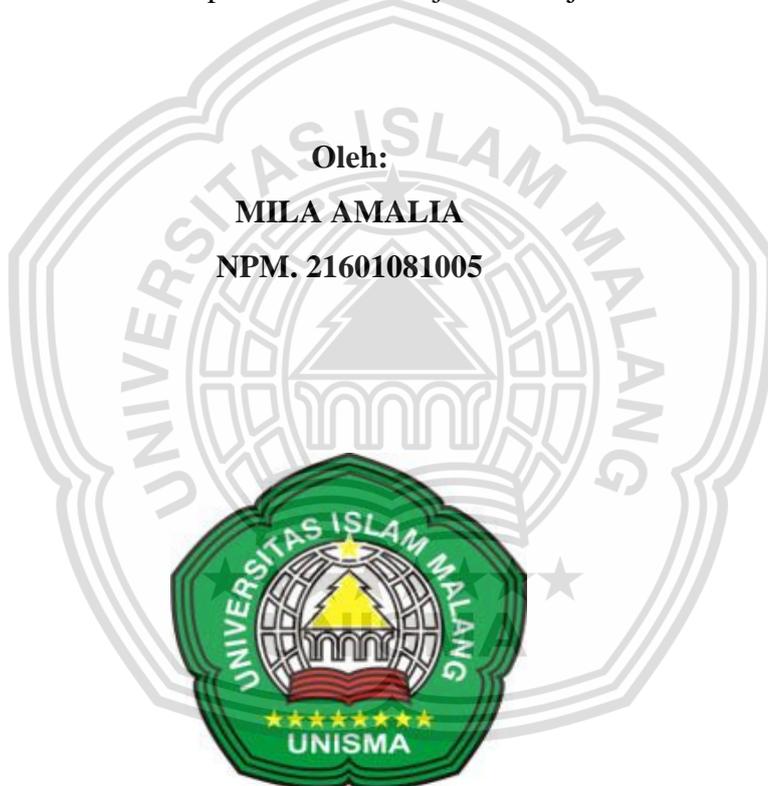
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

MILA AMALIA

NPM. 21601081005



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
2020**

ABSTRAK

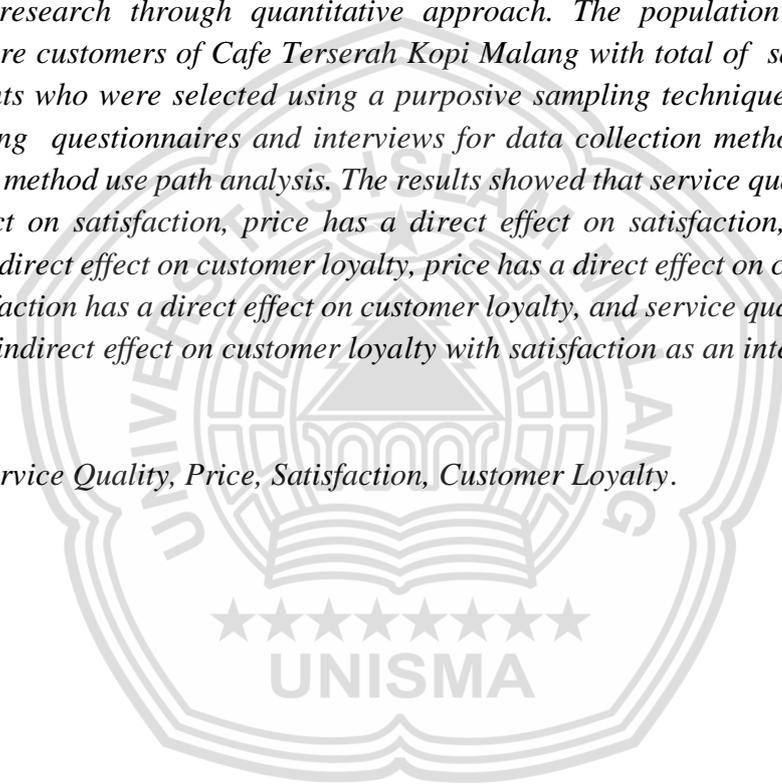
Maraknya bisnis kafe di Kota Malang serta besarnya potensi pasar yang ada, mengharuskan para pelaku bisnis menciptakan kreativitas untuk membuat usahanya tampil berbeda sehingga menarik minat konsumen. Pemilik kafe harus mengetahui apa yang menjadi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan yang diharapkan oleh konsumen sehingga konsumen menjadi loyal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada pelanggan Kafe Terserah Kopi Malang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Kafe Terserah Kopi Malang dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kuesioner dan wawancara. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan, harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan, kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, dan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

The rise of the cafe business in Malang city and huge potential market, requires businessman to create creativity for making their business look different so that it attracts consumer interest. The cafe owner have to know what the customer's needs and provide the satisfaction that expected by consumers so that consumers become loyal. This study aims to determine the effect of service quality and price on customer loyalty with satisfaction as an intervening variable in customers of Cafe Terserah Kopi Malang. This type of research in this research is explanatory research through quantitative approach. The population in this reasearch were customers of Cafe Terserah Kopi Malang with total of sample is 96 respondents who were selected using a purposive sampling technique. In this research, using questionnaires and interviews for data collection methods. The data analysis method use path analysis. The results showed that service quality has a direct effect on satisfaction, price has a direct effect on satisfaction, service quality has a direct effect on customer loyalty, price has a direct effect on customer loyalty, satisfaction has a direct effect on customer loyalty, and service quality and price has an indirect effect on customer loyalty with satisfaction as an intervening variable.

Keyword: *Service Quality, Price, Satisfaction, Customer Loyalty.*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di Indonesia sekarang semakin meningkat, salah satunya adalah dunia usaha kuliner yang semakin pesat, baik kuliner yang berorientasi pada makanan atau minuman. Setiap pelaku usaha berkompetisi di dunia usaha untuk menjadikan produknya sebagai produk yang terbaik dan terdepan agar menarik perhatian dari konsumen atau pelanggan. Kota Malang yang terkenal sebagai kota pelajar, kini semakin menggeliat sebagai kota metropolitan. Salah satu dampaknya, selain potensi wisata alamnya yang terus berkembang, pertumbuhan wisata kuliner juga terus bertumbuh. Kini banyak bermunculan tempat “nongkrong” di kota Malang.

Kafe merupakan salah satu jenis bisnis ritel yang memiliki potensi yang menjanjikan dan prospektif cukup bagus ke depan. Menurut data yang diperoleh dari Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia Jawa Timur (Apkrindo Jatim) sepanjang tahun 2018 kemarin, tercatat pertumbuhan sektor usaha kuliner di Jawa Timur mencapai 20 persen (surabaya.tribunnews.com: 2019). Tren pertumbuhan kafe berbasis kopi juga diprediksi oleh Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jawa Timur akan meningkat 16-18 persen sepanjang tahun 2019 (surabaya.bisnis.com:2019). Hingga saat ini diperkirakan, jumlah kafe atau kedai kopi di Kota Malang jumlahnya mencapai ribuan yang tersebar di seluruh penjuru Kota Malang.

Salah satu target pasar untuk kafe di Kota Malang saat ini adalah mahasiswa. Berdasarkan data dari Pemerintah Kota Malang, hingga saat ini tercatat ada 59 perguruan tinggi di Kota Malang (malangkota.go.id:2019). Setiap tahunnya ada puluhan ribu mahasiswa masuk ke Kota Malang dan tersebar di 59 perguruan tinggi tersebut. Mahasiswa-mahasiswa ini merupakan target yang potensial bagi kafe-kafe di Kota Malang. Bagi mahasiswa saat ini, pergi ke kafe untuk menikmati makanan dan minuman sambil mengobrol atau mengerjakan tugas sudah menjadi semacam budaya keseharian. Ada beragam alasan yang menjadi sebab mengapa mahasiswa saat ini suka menghabiskan waktu di kafe, di antaranya untuk kebutuhan bersosialisasi dan media hiburan atas kejenuhan aktifitas perkuliahan.

Kafe adalah salah satu pilihan terbaik untuk nongkrong dengan teman atau untuk mengerjakan tugas sembari menikmati makanan dan minuman yang disediakan sehingga akan betah berlama-lama. Apalagi kini sudah banyak kafe yang didesain sedemikian rupa dengan fasilitas yang baik sehingga kita bisa nongkrong dengan nyaman. Tren di media sosial dan media elektronik yang banyak membicarakan tentang nongkrong di kafe juga turut mempengaruhi mahasiswa untuk mengikuti dan mencoba tren tersebut.

Maraknya bisnis kuliner dan menjamurnya kafe di Kota Malang serta begitu besarnya potensi pasar yang ada, mengharuskan para pelaku bisnis menciptakan kreativitas untuk membuat usahanya tampil berbeda sehingga menarik minat konsumen untuk berkunjung ke kafe dan menjadikan kafe tersebut sebagai tempat favorit bagi mereka. Pemilik kafe harus mengetahui

apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar, serta memberikan kepuasan yang diharapkan oleh konsumen. Dengan banyaknya pesaing yang bermunculan dalam bidang ini, setiap pengusaha harus berlomba menjadi yang terdepan dan menetapkan orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama agar usahanya dapat bertahan seiring dengan bertambahnya jumlah konsumen yang loyal.

Prinsip di atas sejalan dengan pemikiran Kotler dan Keller (2008:138) bahwa loyalitas sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam agar membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di saat yang akan datang meski pengaruh situasi dan kegiatan pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Pendapat yang sama juga dikemukakan Sembiring dkk (2014: 1-10) bahwa loyalitas bisa terbentuk dari dasar saat konsumen sudah mengalami kepuasan. Selanjutnya menurut Tjiptono (2014:393) mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Untuk mendapatkan pelanggan yang loyal, maka terlebih dahulu para pelaku bisnis harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, karena pelanggan yang puas akan cenderung untuk melakukan pembelian kembali. Hal ini sejalan juga dengan apa yang disampaikan Griffin (2005:5) bahwasanya pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang melakukan pengulangan pembelian secara teratur, membeli antar lini produk, merekomendasikan

produk dengan sukarela kepada calon konsumen dan menunjukkan ketidaktertarikan kepada tawaran produk pesaing.

Kepuasan sendiri menurut Kotler dan Keller (2009:180) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan ini tidak bisa dirasakan langsung oleh pelanggan, Irawan (2008:37), berpendapat bahwa ada lima *driver* utama penentu kepuasan pelanggan yaitu: kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, dan biaya.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu pendorong kepuasan pelanggan yang penting. Komponen atau *driver* pembentuk kepuasan pelanggan ini terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Dimensi kualitas pelayanan ini sudah banyak dikenal yang meliputi 5 dimensi yaitu: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible*. Kualitas pelayanan sendiri menurut (Tjiptono, 2005:215) adalah suatu proses untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi apa yang diinginkan oleh pelanggan. Dengan demikian ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang di terima atau dirasakan (*perceived service*) dan layanan yang diinginkan (*expected service*).

Terserah Kopi Malang adalah salah satu *Coffee Shop* atau kafe yang dihadirkan bagi mahasiswa yang terletak di Jalan Sido Makmur No. 86, Jetak Ngasri, Mulyoagung, Malang. Selain sebagai tempat nongkrong, Terserah

Kopi juga menyediakan fasilitas untuk *gathering* maupun *event*. Terserah Kopi menerapkan strategi pemasaran yang baik dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik sendiri sangat diharapkan oleh konsumen. Menurut Lovelock (2007:102-104) yaitu kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan konsumen dan proses pengendalian atas tingkat keunggulan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan. Disamping memberikan pelayanan yang maksimal, Terserah Kopi juga menerapkan strategi untuk membuat harga yang bisa diterima oleh seluruh pelanggan. Hal ini sejalan dengan faktor pendorong kepuasan yang lain menurut Irawan (2009:37-39) adalah harga. Harga merupakan salah satu faktor pertimbangan bagi konsumen sebelum melakukan pembelian. Penetapan harga yang terjangkau dan kompetitif harus dilakukan agar menarik banyak konsumen. Menurut (Kotler dan Armstrong, 2008:63) harga merupakan alat tukar yang ditukarkan atau dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Selanjutnya Widiana dan Sinaga (2010:59) harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang ditambahkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dapat juga disampaikan harga adalah nilai dari produk atau jasa yang diharapkan bersama pelayanannya, yang harus dikeluarkan atau dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan sejumlah produk.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Kafe Terserah Kopi Malang).”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan ulasan dari latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan kafe Terserah Kopi Malang?
2. Apakah harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan kafe Terserah Kopi Malang?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan kafe Terserah Kopi Malang?
4. Apakah harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan kafe Terserah Kopi Malang?
5. Apakah kepuasan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan kafe Terserah Kopi Malang?
6. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel *intervening* pada pelanggan kafe Terserah Kopi Malang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kafe Terserah Kopi Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga terhadap kepuasan pelanggan kafe Terserah Kopi Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan kafe Terserah Kopi Malang.
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga terhadap loyalitas pelanggan kafe Terserah Kopi Malang.
5. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepuasan terhadap loyalitas pelanggan kafe Terserah Kopi Malang.
6. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel *intervening* pada pelanggan kafe Terserah Kopi Malang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah perkembangan ilmu pengetahuan dan dapat memperluas gambaran tentang rangkaian teori mengenai keterkaitan antara kualitas pelayanan dan harga, terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

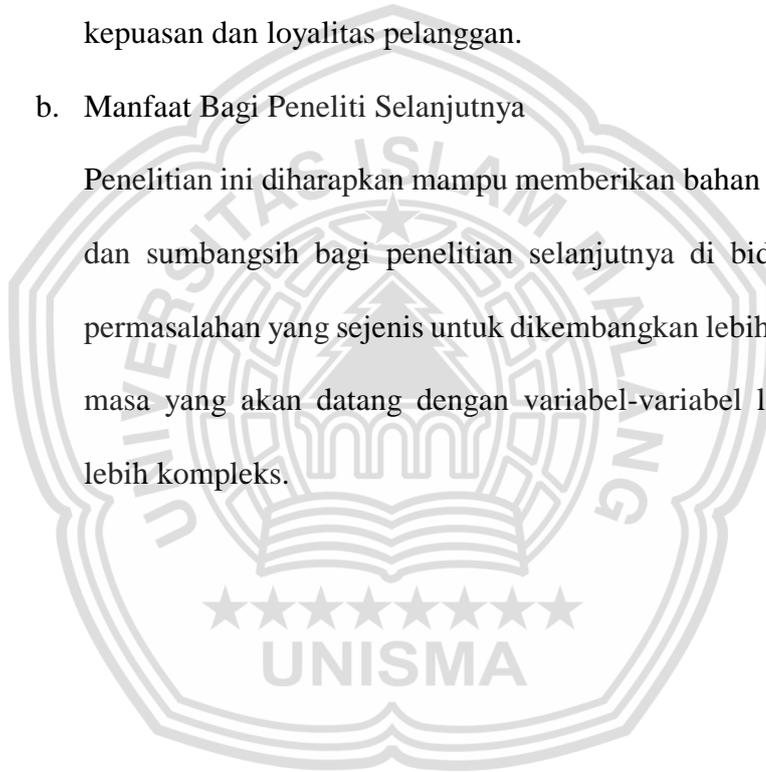
2. Manfaat Praktis

a. Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak pengambil kebijakan serta dapat membantu manajer perusahaan dalam menentukan strategi yang berkaitan dengan variabel-variabel apa yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

b. Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan bahan masukan dan sumbangsih bagi penelitian selanjutnya di bidang dan permasalahan yang sejenis untuk dikembangkan lebih lanjut di masa yang akan datang dengan variabel-variabel lain yang lebih kompleks.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, kepuasan dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan.
2. Harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.
4. Harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.
5. Kepuasan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.
6. Kepuasan dapat memediasi hubungan variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan uji sobel.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan terdapat beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan harga yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas.
2. Penelitian ini hanya mengambil sampel dari satu kafe dari banyak kafe di Kota Malang. Semoga peneliti selanjutnya bisa mengambil sampel lebih

banyak dari banyak kafe sehingga hasil analisis bisa lebih akurat dan mendalam.

5.3 Saran

Beberapa saran dari hasil penelitian ini antara lain, yaitu:

1. Bagi Perusahaan (Pemilik)

Perusahaan maupun pemilik usaha hendaknya menerapkan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kebijakan terkait harga agar mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya untuk meningkatkan kualitas penelitian disarankan untuk:

- a. Menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan untuk lebih memperkuat hasil analisa penelitian.
- b. Menambah jumlah sampel dalam penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyanis, Findila dkk. 2017. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol. 17, No. 4.
- Bilson, Simamora. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Utama.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Gaffar, Vanessa. 2007. *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23, Edisi 8. Cetakan ke 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometri Dasar*. Terjemahan: Sumarno Zain. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, Ratih .2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Irawan, H. 2008. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Irawan, H. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- J, Supranto. 2008. *Statistika Teori dan Aplikasi, edisi ketujuh*. Jakarta: Erlangga.

- Karomah, Rismatul dkk. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Rumah Makan Super Geprek Dinoyo Malang)*. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, Agustus, Vol. 7, No. 17. Malang: Universitas Islam Malang.
- Khakim, Lukman dkk. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima*. Journal of Management, Februari, Vol. 1, No. 1.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christoper dan Lauren K. Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alih bahasa Agus Widyanoro, Cetakan Kedua, Jakarta: PT. INDEKS.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mirta, Jihan. Pasantika, dan Bulan Prabawani. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada RM Ayam Goreng Bu Bengat)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 7, No. 4. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Pemerintah Kota Malang. 2019. *Daftar Perguruan Tinggi di Kota Malang*. <https://malangkota.go.id/fasilitas-daerah/pendidikan/ Perguruan-tinggi/>, diakses pada 11 Oktober 2019
- Putra, Brilly Listyan Pratama. 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Rolag Café Surabaya)*. Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 6, No. 1. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya

- Sembiring, dkk. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 15 No 1 Oktober 2014.
- Sompa, Andy Tendri dkk. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Makanan Cepat Saji Di Kota Palembang (Studi Pada Kentucky Fried Chicken (KFC))*. Jurnal Manajemen. Palembang: Universitas Bina Darma.
- Sudjana, Nana. 2009. *Penelitian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunarto. 2006. *Pengantar Manajemen*. Bandung: CV Alfabeta.
- Surabaya.bisnis.com. 2019. *Usaha Kuliner Jatim Tumbuh 20% Tahun Lalu, Tapi Ada Pergeseran Tren*.
<https://surabaya.bisnis.com/read/20190218/532/890366/usaha-kuliner-jatim-tumbuh-20-tahun-lalu-tapi-ada-pergeseran-tren>, diakses pada 10 Oktober 2019
- Swastha, Basu. 2000. *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa, Edisi kedua*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.

- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tribunnews.com. 2019. *Apkrindo Jatim: Ingin Bertahan Lama dan Untung, Pengusaha Kuliner Harus Kreatif dan Inovatif*.
<https://surabaya.tribunnews.com/2019/08/13/apkrindo-jatim-ingin-bertahan-lama-dan-untung-pengusaha-kuliner-harus-kreatif-dan-inovatif>, diakses pada 10 Oktober 2019.
- Widiana, M.E dan Sinaga Bonar. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: Karya Putra Darwati.

