



Jurnal PENGEMBANGAN BISNIS & MANAJEMEN

**EFEKTIVITAS PELAKSANAAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL
(STUDI PADA KEPALA MADRASAH DI KABUPATEN BANYUWANGI)**

Sasli Rais

(1-10)

**ANALISA PERBANDINGAN STRUKTUR MODAL DAN TINGKAT PROFITABILITAS
PT PEMBANGUNAN PERUMAHAN TBK DAN PT WIJAYA KARYA TBK TAHUN 2019-2023**

Ferstmawaty Tondang

(11-25)

**TINJAUAN PEMBELANJAAN PUBLIK PADA REALESTAT
DENGAN DAYA GUNA KEMAMPUAN KEWAJIBAN PENDANAAN**

Boyke Hatman

(26-43)

**PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN BUDAYA ORGANISASI
TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN PT. BSR INDONESIA**

Jatenangan Manalu

(44-57)

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN
PT. DELTA LARAS WISATA**

Wakhyudin & Anwar

(58-70)

**ANALISIS PERHITUNGAN PPH PASAL 21 WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI PADA KARYAWAN TETAP
DAN KARYAWAN KONTRAK PT. GLOVIS INDONESIA INTERNATIONAL**

Akhmad Gunawan

(71-84)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI
DI RESTORAN SEDERHANA JATIBENING BEKASI**

Muhammad Al Dzikra Arief & Donant Alananto Iskandar

(85-92)



Jurnal
Pengembangan Bisnis dan Manajemen

Jurnal Pengembangan Bisnis dan manajemen (Jurnal PBM) diterbitkan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pengembangan Bisnis dan Manajemen (STIE PBM) Jakarta. Tujuan diterbitkannya Jurnal PBM adalah untuk sarana komunikasi hasil-hasil penelitian maupun tinjauan atau kajian ilmiah di bidang pengembangan bisnis dan manajemen meliputi : Manajemen Umum, Pemasaran, Keuangan, Produksi/ Operasional, SDM, Strategi, Akuntansi, Kualitas dan hal-hal lain yang berkaitan dengan bidang bisnis dan manajemen. Redaksi menerima naskah atau artikel untuk dimuat dalam jurnal PBM namun redaksi berhak merubah naskah tersebut tanpa merubah substansi dari isi naskah.

Pembina :

Dr. Yoewono, MM,, MT.

Penanggung Jawab / Pimpinan Redaksi

Dr. Rita Zahara, SE., MM.

Dewan Redaksi :

Dr. Machmed Tun Ganyang, SE., MM., Dr. Endro Praponco, MM.,
Dr. Muchlasin, SE., MM., Wakhyudin, SE, MM., Neli Marita, SE., M. Ak.

Mitra Bestari :

Prof. Dr. Masngudi, APU.

Prof. Dr. Suliyanto, MS.

Staf Redaksi :

Badrian, SE., MM., Yanna Puspasary, SE., MM.,
Mustofa, SE., MM., Windarko, ST., MM.

Alamat Redaksi :

STIE Pengembangan Bisnis & Manajemen, Jl. Dewi Sartika No. 4EF, Cililitan Jakarta Timur

Telp. 021-8008272, 8008580, Fax. 021 - 8008272

E-mail : sekretariat@stiepbm.ac.id, www.stiepbm.ac.id

**EFEKTIVITAS PELAKSANAAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL
(STUDI PADA KEPALA MADRASAH DI KABUPATEN BANYUWANGI)**

Sasli Rais
(1-10)

**ANALISA PERBANDINGAN STRUKTUR MODAL DAN TINGKAT PROFITABILITAS
PT PEMBANGUNAN PERUMAHAN TBK DAN PT WIJAYA KARYA TBK TAHUN 2019-2023**

Ferstmawaty Tondang
(11-25)

**TINJAUAN PEMBELANJAAN PUBLIK PADA REALESTAT
DENGAN DAYA GUNA KEMAMPUAN KEWAJIBAN PENDANAAN**

Boyke Hatman
(26-43)

**PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN BUDAYA ORGANISASI
TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN PT. BSR INDONESIA**

Jatenangan Manalu
(44-57)

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN
PT. DELTA LARAS WISATA**

Wakhyudin & Anwar
(58-70)

**ANALISIS PERHITUNGAN PPH PASAL 21 WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI
PADA KARYAWAN TETAP DAN KARYAWAN KONTRAK
PT. GLOVIS INDONESIA INTERNATIONAL**

Akhmad Gunawan
(71-84)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI
DI RESTORAN SEDERHANA JATIBENING BEKASI**

Muhammad Al Dzikra Arief & Donant Alananto Iskandar
(85-92)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI DI RESTORAN SEDERHANA JATIBENING BEKASI

Muhammad Al Dzikra Arief

Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kalbis
Email: alfialdzikra@gmail.com

Donant Alananto Iskandar

Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kalbis
Email: donant.iskandar@kalbis.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is an influence between service quality and location influence on purchase intention of Sederhana Restaurant in Jatibening Bekasi. This study uses a quantitative approach through a survey of 165 Sederhana Restaurant consumers. The sampling method is non-probability sampling. The results of the hypothesis (t test) show that the service quality variable is not significantly related to purchase intention. This is indicated by the t count of the service quality variable are lower than the t table and the location is significantly related to buy interest are greater than the t table. The conclusion of this study is that the variable location are related to purchase intention. This can be interpreted that, increasing or decreasing purchase intention depends on the location influence created and in accordance with the needs and desires from the consumers.

Keywords: *service quality, location, purchase intention, quantitative, restaurant.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap minat beli di Restoran Sederhana Jatibening Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei kepada 165 konsumen Restoran Sederhana di Jatibening Bekasi. Metode pengambilan sampel adalah non probability sampling. Hasil hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan dengan minat beli. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung dari variabel kualitas layanan yang lebih kecil dari t tabel dan lokasi secara signifikan berhubungan dengan minat beli dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel. Kesimpulan dari studi ini adalah bahwa variabel lokasi berhubungan dengan minat beli. Ini dapat diartikan bahwa, peningkatan atau penurunan minat beli tergantung pada lokasi yang dibuat dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari konsumen.

Kata Kunci : *kualitas pelayanan, lokasi, minat beli, kuantitatif, restoran*

I. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kekayaan kuliner yang luar biasa. Salah satu kuliner yang paling populer dan digemari oleh masyarakat Indonesia adalah masakan Padang. Masakan Padang berasal dari daerah Minangkabau, Sumatera Barat, yang terkenal dengan cita rasa pedas, gurih, dan kaya rempah. Beberapa menu masakan Padang yang terkenal antara lain adalah rendang, gulai, sate padang, nasi kapau, dan dendeng balado. Di Indonesia, terdapat beberapa franchise restoran Padang yang sudah terkenal dan salah satunya adalah Restoran Sederhana

Restoran Sederhana adalah salah satu rumah makan padang yang berdiri pada tahun 1972 milik Bustaman di pasar Bendungan Hilir, Jakarta. Restoran Sederhana merupakan sebuah tempat makan yang menawarkan menu hidangan khas Padang Sumatera Barat. Restoran Sederhana memiliki 200 cabang yang tersebar diseluruh Indonesia. Selain menyajikan makan khas Padang, mereka juga memberikan pelayanan dan fasilitas mendukung. Restoran Sederhana yang akan dibahas berada di Jalan Caman Raya No.116, RT.007/RW.001, Jati-bening, Kecamatan Pondokgede, Kota Bks, Jawa Barat 17412, Bekasi Barat. Restoran ini sudah berdiri sejak 15 Agustus 2014. Restoran ini memperkerjakan sebanyak 37 karyawan.

Kualitas pelayanan adalah suatu tindakan yang mengutamakan pada pemenuhan kebutuhan, persyaratan, dan ketepatan waktu untuk memenuhi

harapan pelanggan. Sebagaimana dikemukakan oleh Kasmir, (2017), kualitas pelayanan adalah perilaku atau tindakan individu atau organisasi yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan atau karyawan. Tentu saja kepuasan terjadi ketika harapan pelanggan terpenuhi. Secara umum mutu berarti bentuk, wujud, atau kenyataan yang diberikan oleh suatu konsep yang diinginkan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai perwujudan atau pelayanan yang diberikan. Perwujudan ini berarti memerlukan fitur dan kondisi khusus yang harus dipenuhi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Sebagaimana dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016) kualitas pelayanan adalah kelengkapan karakteristik suatu produk atau jasa yang dapat memuaskan suatu kebutuhan. Tentunya materialisasi kinerja juga harus disajikan dengan sebaik-baiknya. Hal ini erat kaitannya dengan penjaminan mutu, atau seberapa baik atau buruk mutu yang disajikan. Sebagaimana dikemukakan oleh Abubakar (2018) kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dibandingkan dengan pesaingnya.

Afandi (2018) menyatakan bahwa dalam meningkatkan kualitas pelayanan, perlu diperhatikan aspek kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Prosedur pelayanan standar bagi penyedia dan penerima layanan, termasuk pengaduan.

2. Waktu pemrosesan ditentukan sejak permohonan diajukan sampai dengan selesainya, termasuk pengaduan.
3. Biaya layanan mencakup rincian yang ditentukan selama proses pemberian layanan.
4. Produk jasa, hasil suatu jasa yang diperoleh sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
5. Sarana dan prasarana harus disediakan secara memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.
6. Kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan secara tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap dan perilaku yang diperlukan.

Lokasi mempunyai dampak yang signifikan terhadap strategi bisnis perusahaan, karena lokasi merupakan biaya yang signifikan ketika pemilik bisnis memutuskan untuk menempatkan bisnisnya dan beroperasi di lokasi tertentu, banyak biaya menjadi biaya tetap yang sulit untuk dikurangi. Strategi pemasaran layanan dan preferensi pemilik diperhitungkan saat memilih lokasi bisnis.

Pemilihan lokasi yang tepat merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh seorang pengusaha sebelum memulai usaha. Pemilihan lokasi yang tepat seringkali menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Lokasi seringkali mempunyai kekuatan untuk membentuk strategi bisnis perusahaan karena merupakan faktor biaya dan pendapatan. Lokasi strategis bertujuan

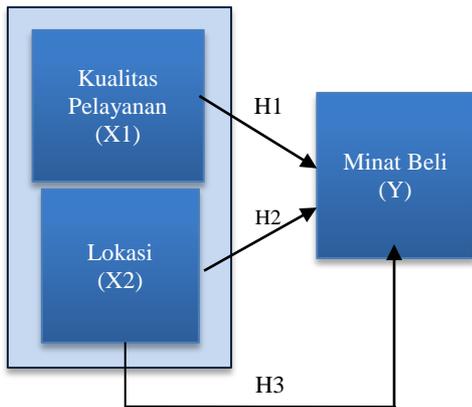
untuk memaksimalkan keunggulan lokasi bagi perusahaan (Heizer & Render 2015).

Dari penjelasan diatas peneliti mengambil restoran Sederhana karena restoran tersebut adalah restoran yang menjadi pilihan orang karena kualitas yang memiliki standar yang tinggi hampir di seluruh cabangnya. Peneliti memilih restoran Sederhana sebagai objek penelitian karena restoran ini memiliki standar kualitas yang tinggi dan menjadi pilihan banyak orang. Menurut penelitian oleh Husna (2018), restoran Sederhana diminati oleh sekitar 28,4 juta orang Indonesia, menjadikannya restoran yang paling diminati di Indonesia.

Adapun tujuan penelitian artikel ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap minat beli di Restoran Sederhana Jatibening Bekasi baik secara parsial maupun simultan.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Model Konseptual Penelitian merupakan sebuah penjelasan logis mengenai hubungan antar variabel, Dimana hubungan yang dibentuk dalam penelitian berdasarkan kerangka teoritis yang sudah disusun Suryani & Hendryadi (2016). Maka berikut gambaran model konseptual:



Gambar 1 Model Gambar Berpikir Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penelitian ini hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Ho1: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen restoran Sederhana di wilayah Bekasi Barat.
2. Ha1: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen restoran Sederhana di wilayah Bekasi Barat.
3. Ho2: Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen restoran Sederhana di wilayah Bekasi Barat.
4. Ha2: Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen restoran Sederhana di wilayah Bekasi Barat.
5. Ho3: Kualitas Pelayanan dan Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen restoran Sederhana di wilayah Bekasi Barat.

6. Ha3: Kualitas pelayanan dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen restoran Sederhana di wilayah Bekasi Barat.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode penelitian kuantitatif adalah metode yang mengandalkan pengukuran objektif dan analisis matematis (statistik) terhadap sampel data yang diperoleh melalui kuesioner, jejak pendapat, tes, atau instrumen penelitian lainnya untuk membuktikan atau menguji hipotesis (dugaan sementara) yang diajukan dalam penelitian (Sugiyono, 2018) dengan rumusan masalah pada metode kuantitatif penelitian ini adalah metode kuantitatif asosiatif yaitu suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini variabel yang akan diuji adalah kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) sebagai variabel independen dan minat beli (Y) sebagai variabel dependen.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki keadaan tertentu, atau sebagian anggota yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.(Martono & Nanang, 2016). Metode *purposive sampling* diterapkan dalam penelitian ini. Teknik ini memungkinkan peneliti menentukan sampel berdasarkan pertimbangan yang telah ditetapkan, dengan fokus pada konsumen restoran Sederhana Jatibening di Bekasi Barat.

III. PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Linear Berganda

Coefficients						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	Constant	9,841	3,371		2,919	0,004
	Kualitas Pelayanan (X1)	0,008	0,084	0,009	0,101	0,920
	Lokasi (X2)	0,277	0,066	0,394	4,194	0,000

Sumber: Olahan data peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 1 diatas maka persamaan regresi linear berganda dapat dibaca sebagai berikut:

$$Y \text{ (Minat Beli)} = 9,841 + 0,008X1 \text{ (Kualitas Pelayanan)} + 0,277X2 \text{ (Lokasi)} + e$$

Berdasarkan hasil regresi linear berganda diatas maka hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 9,841 artinya jika Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) nilainya adalah 0, maka Minat Beli memiliki nilai 9,841.
2. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,008, artinya jika variabel independen lainnya bernilai tetap dan Kualitas Pelayanan (X1) mengalami kenaikan 1 tingkat, maka Minat Beli (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,008. Koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara Kualitas Pelayanan (X1) dengan Minat Beli (Y), semakin naik Kualitas Pelayanan (X1) maka Minat Beli (Y) semakin naik.
3. Koefisien regresi variabel Lokasi (X2) sebesar 0,277 artinya jika variabel independen lainnya bernilai tetap dan

Lokasi (X2) mengalami kenaikan 1 tingkat, maka Minat Beli (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,277. Sehingga manajemen perlu menganalisis kualitas pelayanan apabila ingin kegiatan yang dilakukan dapat efektif dalam meningkatkan penjualan masakan padang Sederhana.

Tabel 2 Hasil Korelasi Ganda (R) dan Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Model Summary					
Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Sig. F Change	
1	0,400	0,160	0,150	4,457	0,000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2)

b. Dependent Variable: Minat Beli

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) memiliki hubungan positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Minat Beli (Y). Hubungan tersebut ditandai dengan nilai R yang diperoleh sebesar 0,400 dan nilai pada *Adjusted R Square* sebesar 0,150 atau sebesar 15%. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya persentase variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap variabel dependen yaitu Minat Beli (Y) adalah sebesar 15% yang artinya, sisa 85% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 3 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,841	3,371		2,919	0,004
Kualitas Pelayanan (X1)	0,008	0,084	0,009	0,101	0,920
Lokasi (X2)	0,277	0,066	0,0394	4,194	0,000

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Sumber: Olahan data peneliti, 2024

Variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki t hitung 0,101 sedangkan t tabel sebesar 1,974 dan nilai signifikan P value 0,920. Hal ini menunjukkan bahwa $0,101 < 1,974$ dan $0,920 > 0,05$ artinya secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X1) tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Beli (Y), sehingga Ho1 diterima dan Ha1 ditolak.

Variabel Lokasi (X2) memiliki t hitung sebesar 4,194 sedangkan t tabel sebesar 1,974 dan nilai signifikan P value adalah sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa $4,194 > 1,974$ dan $0,000 < 0,05$. Artinya secara parsial variabel Lokasi (X2) terdapat pengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Beli (Y), sehingga Ha2 diterima dan Ho2 ditolak serta mendukung data hipotesis.

Tabel 4 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum Of	Mean	F	Sig.	
		Squares	df			square
1	Regression	613,583	2	306,791	15,446	0,000 ^b
	Residual	3217,593	162	19,862		
	Total	3831,176	164			

a. Dependent variable: Minat Beli (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2)

Sumber: Olahan data peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4 diatas, diketahui hasil F hitung dari variabel kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) adalah sebesar 15,446 dan nilai signifikansi p value sebesar 0,000. Untuk perbandingan nilai F hitung variabel kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) yaitu sebesar $15,446 > 3,05$ dan p value sebesar $0,000 < 0,05$. Dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli (Y), sehingga Ho ditolak dan Ha diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel bebas pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat minat beli (Y).

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada pembahasan, maka hasil dari analisis tersebut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli.
2. Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.
3. Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli.

Berikut beberapa saran terkait penelitian yang dilakukan di Restoran Sederhana, antara lain sebagai berikut:

1. Restoran Sederhana sebaiknya memaksimalkan kerapihan dan penampilan pelayan atau *waitress* agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan kenyamanan area restoran untuk meningkatkan kualitas pelayanan
2. Restoran sederhana sebaiknya memaksimalkan fitur dari Google Map dan memperhatikan ulasan dari penggunaannya dan dapat memperhatikan penempatan lokasi restoran apabila membuka restoran baru yang lebih strategis.
3. Restoran sederhana sebaiknya mempertahankan kualitas pelayanan, mengumpulkan umpan balik dari pelanggan dan berinovasi pada menu agar pelanggan bisa memberikan saran kepada orang lain dan meningkatkan iklan atau promosi dari Restoran Sederhana Jatibening agar lebih dikenal.

Saran untuk penelitian selanjutnya bertujuan untuk membantu dan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan atau ingin melakukan penelitian dengan judul dan variabel, diantara adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya merencanakan waktu penelitian dengan lebih matang, termasuk membuat jadwal yang lebih fleksibel untuk mengantisipasi kendala yang mungkin muncul. Selain itu, mempertimbangkan untuk memperpanjang durasi penelitian agar data yang dikumpulkan lebih komprehensif.
2. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk memperluas objek penelitian atau memilih objek yang lebih relevan dan menarik bagi kelompok usia yang lebih luas. Melakukan survei awal untuk mengetahui minat dan preferensi dari berbagai kelompok usia dapat membantu dalam memilih objek penelitian yang lebih tepat.
3. Untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif, peneliti selanjutnya sebaiknya mengambil data dari beberapa lokasi yang berbeda. Ini akan membantu dalam mengurangi bias dan memberikan gambaran yang lebih luas tentang fenomena yang diteliti. Selain itu, mempertimbangkan variasi demografis dan geografis dapat meningkatkan validitas hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rusydi. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Afandi, N. M. (2018). *Administrasi Publik Untuk Pelayanan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Heizer J., & Render B. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Salemba Empat.
- Husna. (2018). *10 Restoran Favorit Orang Indonesia, Tempat Makan Favorit Kalian Ada di Urutan Berapa?* Travel.Tribunnews.Com. <https://travel.tribunnews.com/2018/09/16/10-restoran-favorit-orang-indonesia-tempat-makan-favorit-kalian-ada-di-urutan-berapa>
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Kotler., & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Martono, & Nanang. (2016). *Metode penelitian kuantitatif: analisis isi dan analisis data sekunder (Ed. Revisi 2.)*. Jakarta: Rajawali Pers 2016.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, & Hendryadi. (2016). *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. 1.