

# PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG DI UNION DELI GRAND INDONESIA

## *INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY ON INTEREST TO BUY AT UNION DELI GRAND INDONESIA*

Lucia Irene Sunyoto<sup>1</sup>, Yudhiet Fajar Dewantara<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Universitas Bunda Mulia

<sup>2</sup>Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Universitas Bunda Mulia

Email: [lucia.irene90@gmail.com](mailto:lucia.irene90@gmail.com) , [ydwantara@bundamulia.ac.id](mailto:ydwantara@bundamulia.ac.id)

Diterima Tanggal Bulan Tahun / Disetujui Tanggal Bulan Tahun

### **ABSTRACT**

*Product quality has a major role in ensuring consumers to make repurchase interest, especially in the food and beverage industry. Researchers chose Union because the products have many fans. This study aims to determine the effect of product quality on repurchase interest at Union Deli Grand Indonesia, with four dimensions of product quality, namely freshness, presentation, taste and innovation food. This type of research is quantitative-descriptive. Determination of the sample using non-probability sampling with purposive sampling method with the required number of 76 respondents. The data collection technique is based on a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The test used by the researcher is the linearity test, normality test, correlation coefficient, t test, F test and the coefficient of determination. The results obtained from the t test hypothesis testing on the four dimensions obtained results that three dimensions have a significant effect, namely freshness, taste, innovation food and dimensions that do not have a significant effect, only presentation. In the F test, it was found that the product quality variable had a significant effect on repurchase interest. In conclusion freshness, taste, food innovation partially have significant effect on repurchase interest, while the presentation has no significant effect on repurchase interest. Suggestion for the company is to keep improving its products and for further researchers can add other variables to support this research.*

**Keywords:** *Product Quality, Repurchase Intention, Food and Beverage*

### **ABSTRAK**

Kualitas produk memiliki peran utama dalam menjamin konsumen melakukan minat beli ulang, terutama pada industri makanan dan minuman. Peneliti memilih Union dikarenakan produk-produknya yang memiliki banyak penggemar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang di Union Deli Grand Indonesia, dengan empat dimensi kualitas produk yaitu kesegaran, tampilan, rasa dan inovasi makanan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif-deskriptif. Penentuan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan *purposive sampling method* dengan jumlah 76 responden yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data berdasarkan kuesioner yang telah di uji validitas dan uji reliabilitas. Uji yang digunakan oleh peneliti adalah uji linearitas, uji normalitas, koefisien korelasi, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil penelitian didapatkan dari pengujian hipotesis uji t pada keempat dimensi yang diperoleh hasil bahwa tiga dimensi berpengaruh signifikan yaitu kesegaran, rasa, inovasi makanan dan dimensi yang tidak berpengaruh signifikan hanya tampilan. Dalam pengujian uji F diperoleh hasil variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Kesimpulannya subvariabel kesegaran, rasa, inovasi makanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, sedangkan subvariabel tampilan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Saran untuk perusahaan adalah tetap dan terus tingkatkan produk-produknya dan bagi peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lainnya untuk mendukung penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Minat Beli Ulang, Makanan dan Minuman

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Industri makanan dan minuman yang termasuk dalam bagian sektor manufaktur menjadi salah satu sektor industri yang terus berkembang pesat di Indonesia. Industri ini berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Industri makanan dan minuman berperan terhadap meningkatnya produktivitas, investasi, ekspor dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia (www.kemenperin.go.id, 2019). Dengan bertumbuhnya industri makanan dan minuman dalam perekonomian Indonesia mengakibatkan terjadinya perubahan pola konsumsi pada masyarakat Indonesia khususnya di ibukota Jakarta. Pada kondisi kehidupan modern saat ini sering dijumpai masyarakat perkotaan yang makan dan minum hanya untuk memenuhi kepuasan atau kesenangan diri. Memahami makanan dan minuman sebagai salah satu kebutuhan pokok bagi masyarakat, harus diubah menjadi yang lebih inovatif yaitu dengan menciptakan bagian dari industri makanan dan minuman yang diinginkan oleh konsumen sebagai refleksi dari kepuasan dan kesenangan diri.

Kepuasan dan kesenangan diri bukan berarti hanya tampilan makanan atau minuman saja yang menarik dan enak untuk dilihat. Akan tetapi pentingnya kualitas dari produk tersebut juga harus diperhatikan. Menurut Kotler dalam (Yafie *et al.*, 2016) produk adalah segala materi atau objek yang ditawarkan ke pasar untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi dan bisa memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk di dalam bidang *food and beverage* menurut (Shaharudin *et al.*, 2011) terdiri dari 4 dimensi yaitu *freshness* (kesegaran), *presentation* (tampilan), *taste* (rasa), dan *innovation food* (inovasi makanan).

Dalam penelitian (Shaharudin *et al.*, 2011) dikatakan bahwa dengan memperhatikan dan mengembangkan kualitas produk yang dimiliki akan menjamin adanya permintaan terus menerus, lalu dengan adanya permintaan pada suatu produk secara terus menerus akan menciptakan perilaku atau

minat untuk terus melakukan pembelian ulang. Menurut (Thamrin & Francis, 2012) minat beli ulang adalah kecenderungan dalam melakukan pembelian berdasarkan pengalaman pembelian yang sudah pernah dilakukan di masa yang lalu.

Union Deli Grand Indonesia merupakan restoran Union cabang ke tiga dari Union Group sejak tahun 2014 dengan berciri khas *American Brasserie* yang menjual berbagai macam makanan dan minuman dari barat sampai Asia. Union Deli Grand Indonesia merupakan restoran dengan ukuran restoran terkecil dibandingkan dengan 6 restoran Union lainnya yang berada di Plaza Senayan, Pondok Indah Mall, PIK Avenue, Senayan City, Mall Kelapa Gading 3 dan Central Park, akan tetapi Union Deli Grand Indonesia tetap memiliki kualitas produk yang sama baiknya dengan restoran Union lainnya. Produk-produk yang ditawarkan oleh Union Deli Grand Indonesia juga selalu memikat konsumen setianya untuk terus melakukan pembelian ulang.

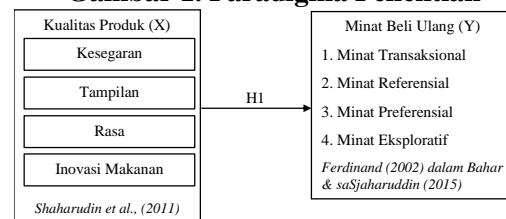
### Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang secara simultan di Union Deli Grand Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang secara parsial di Union Deli Grand Indonesia.

## PARADIGMA PENELITIAN

Gambar 1. Paradigma Penelitian



Sumber: Shaharudin *et al.*, (2011); Ferdinand (2002) dalam Bahar & Sjaharuddin (2015)

## METODE PENELITIAN

### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2013) penelitian kuantitatif-deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau menggambarkan objek yang akan diteliti melalui data atau sampel tanpa dilakukannya analisis dan kesimpulan yang berlaku umum.

### B. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasinya adalah jumlah pengunjung dari Union Deli Grand Indonesia dari bulan Oktober 2020-Maret 2021 sebanyak 16.863 pengunjung dan menurut (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000) dalam menentukan sampel rumus Slovin dibutuhkan populasi rata-rata dari jumlah pengunjung per harinya, maka 16.863 pengunjung dibagi dengan 182 hari (jumlah hari dari bulan Oktober 2020-Maret 2021) hasilnya adalah 92,65 dibulatkan menjadi 93. Jadi populasi yang peneliti dapatkan untuk penelitian ini sebanyak 93 populasi. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin dalam (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000), yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + ne^2} = \frac{93}{1 + (93 \times 0,05^2)} = 75,5$$

Keterangan:

n: Jumlah Sampel

N: Populasi Rata-rata Jumlah Pengunjung per Hari

e: Batas Toleransi Kesalahan = 5%

Diketahui jumlah sampel yang akan diambil adalah 75,5 responden yang dibulatkan untuk mempermudah perhitungan menjadi 76 responden. Jadi jumlah sampel yang akan dipakai peneliti untuk penyebaran kuesioner sebanyak 76 responden.

Peneliti menggunakan *non probability sampling* dengan *purposive sampling method* dalam mengambil sampel. Berikut peneliti menentukan beberapa kriteria yang harus dimiliki oleh calon responden untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini, antara lain:

- Responden sudah pernah berkunjung atau melakukan pembelian produk di Union Deli Grand Indonesia.
- Responden sudah berusia 18 tahun ke atas (Menurut Undang-Undang no. 23 tahun 2002 tentang Perlindungan Anak pasal 1

ayat 1, disebutkan bahwa “Anak adalah seseorang yang belum berusia 18 tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan”, yang artinya batas usia dewasa menurut aturan perundang-undangan ini adalah 18 tahun ke atas).

### C. Metode Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Menurut (Siregar, 2016) uji validitas berfungsi untuk menunjukkan seberapa jauh suatu alat ukur mampu mengukur apa saja yang akan diukur. Menurut (Ghozali, 2012), menyatakan bahwa dengan melakukan uji validitas maka akan dapat mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Artinya data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Menurut (Ghozali, 2012), uji reliabilitas merupakan alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel atau konstruk yang akan diteliti. Peneliti akan menganalisis reliabilitas menggunakan SPSS versi 22 dengan teknik perhitungan *Cronbach's Alpha*.

### D. Uji Asumsi Klasik

Menurut (Riduwan & Kuncoro, 2011) uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jika nilai Sig. *Deviation from Linearity* > 0,05, artinya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah linear.

Menurut (Ghozali, 2016) uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat atau keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Jika nilai sig. atau probabilitas > 0,05 maka data berdistribusi normal.

### E. Koefisien Korelasi

Menurut (Sugiyono, 2013) analisis koefisien korelasi (r) berfungsi untuk mengukur kekuatan hubungan antara korelasi variabel bebas dan variabel terikat, yang dimana dalam salah satu variabel dianggap memiliki pengaruh sebagai variabel kontrol. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis korelasi *pearson product moment* dengan syarat data harus linear dan berdistribusi

normal. Jika nilai Sig. < 0,05, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel. Jika nilai (r) = +1, atau mendekati +1, maka kekuatan korelasi pada dua variabel kuat dan searah, hal ini disebut positif.

**Tabel 1. Tingkatan Hubungan Koefisien Korelasi**

Nilai Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,25	Hubungan Sangat Lemah
0,26 - 0,50	Hubungan Cukup
0,51 - 0,75	Hubungan Kuat
0,76 - 0,99	Hubungan Sangat Kuat
1,00	Hubungan Sempurna

Sumber: Sugiyono (2013)

### F. Pengujian Hipotesis

Menurut (Ghozali, 2012) uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Peneliti menggunakan uji F untuk menganalisa keseluruhan subvariabel kualitas produk terhadap minat beli ulang. Jika nilai sig < 0,05 atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Peneliti menggunakan uji t untuk melakukan pengujian hipotesis secara parsial, yang dimana peneliti akan menganalisa masing-masing subvariabel dari kualitas produk terhadap minat beli ulang. Jika nilai sig < 0,05 atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) berfungsi untuk mengukur jauhnya kemampuan model untuk menentukan alterasi variabel terikat. Menurut (Sugiyono, 2012) nilai pada  $R^2$  menunjukkan persentase secara simultan dan parsial pada variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 2. Tingkatan Hubungan Koefisien Determinasi**

Persentase	Tingkat Hubungan
0%-4%	Rendah atau lemah sekali
5%-16%	Rendah tapi pasti
17%-48%	Cukup Tinggi
49%-80%	Tinggi
81%-100%	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2012)

## HASIL PENELITIAN DAN BAHASAN

### A. Profil Responden

Dalam penelitian ini, diperoleh hasil dari profil responden kategori jenis kelamin sebanyak 48 responden perempuan dan 28 responden laki-laki. Dalam kategori usia yang paling dominan adalah yang berusia 18-22 tahun yaitu sebanyak 48 responden. Dalam kategori pekerjaan, responden yang paling dominan adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 53 responden. Data-data ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bahar & Sjahrudin, 2015) yang menyatakan bahwa wanita, usia remaja, dan pelajar atau mahasiswa cenderung berada di tempat makan dikarenakan kegemaran mereka menghabiskan waktu di dalam suatu tempat makan untuk makan dan minum, berbincang-bincang atau bahkan untuk mengerjakan tugas bersama-sama.

Dalam kategori domisili, diketahui responden dari DKI Jakarta yang paling dominan sebanyak 63 responden, dikarenakan lokasi Union Deli Grand Indonesia yang berada di Jakarta Pusat. Dalam kategori penghasilan per bulan, responden yang paling dominan adalah responden yang memiliki penghasilan kurang dari Rp 4.416.186 atau kurang dari UMR DKI Jakarta sebanyak 47 responden, hal ini dikarenakan banyaknya responden yang masih remaja dan belum memiliki pekerjaan tetap, namun tidak menutup kemungkinan bagi responden untuk membeli produk-produk dari Union Deli Grand Indonesia.

### B. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Linearitas

**Tabel 3. Uji Linearitas**

Variabel Bebas	Deviation from Linearity	Keterangan
Kualitas Produk	0,197	Data Linear

\*Variabel terikat: Minat Beli Ulang

Sumber: Hasil olah data oleh peneliti (2021)

Berdasarkan hasil olah data uji linearitas yang dilakukan oleh peneliti, dapat diketahui bahwa hasil dari *Deviation from Linearity* adalah  $0,197 > 0,05$ , yang dimana berdasarkan ketentuannya, jika nilai *Deviation from Linearity* > 0,05, maka artinya adalah terdapat hubungan yang

linear antara variabel bebas (kualitas produk) terhadap variabel terikat (minat beli ulang).

## 2. Uji Normalitas

**Tabel 4. Uji Normalitas**

Exact Sig.	Keterangan
0,130	Data berdistribusi normal

\*Variabel terikat: Minat Beli Ulang

Sumber: Hasil olah data oleh peneliti (2021)

Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan oleh peneliti, dapat diketahui bahwa dalam hasil pengujian *one sample Kolmogorov-Smirnov test* menghasilkan *exact sig.* sebesar  $0,130 > 0,05$ , yang artinya adalah data telah memenuhi asumsi kenormalan atau berdistribusi normal.

## C. Hasil Analisis Koefisien Korelasi

**Tabel 5. Analisis Koefisien Korelasi**

Correlations			
		Kualitas Produk	Minat Beli Ulang
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.680**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	76	76
Minat Beli Ulang	Pearson Correlation	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	76	76

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data oleh peneliti (2021)

Berdasarkan hasil perhitungan analisis koefisien korelasi yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat diketahui bahwa nilai sig. adalah  $0,000 < 0,05$ , maka kesimpulannya adalah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap variabel minat beli ulang.

Diketahui nilai koefisien korelasinya adalah sebesar 0,680, yang dimana berdasarkan pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi pada rentang 0,51 – 0,75 memiliki arti hubungan yang kuat, maka kesimpulannya adalah terdapat tingkat kekuatan hubungan yang kuat antara variabel kualitas produk terhadap variabel minat beli ulang.

Lalu angka dari koefisien korelasinya adalah positif yaitu sebesar 0,680, maka kesimpulannya adalah arah hubungan antara variabel kualitas produk dengan variabel minat beli ulang searah. Arti dari hubungan yang searah adalah jika kualitas produk meningkat, maka minat beli ulang juga akan meningkat.

## D. Hasil Uji Hipotesis

### 1. Uji F

**Tabel 6. Uji F**

	F <sub>hitung</sub>	Sig.	Keterangan
Regression	63,720	0,000	H1 diterima

\*Variabel terikat: minat beli ulang

\*Variabel bebas: kualitas produk

Sumber: Hasil olah data oleh peneliti (2021)

Berdasarkan nilai Sig. dari hasil uji F diperoleh nilai Sig. sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung}$  sebesar  $63,720 > 2,50$ , maka dapat dinyatakan bahwa H1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kesegaran, tampilan, rasa, dan inovasi makanan terhadap minat beli ulang.

### 2. Uji t

**Tabel 7. Uji t**

Subvariabel	t <sub>hitung</sub>	Sig.
Kesegaran	2,573	0,012
Tampilan	0,254	0,800
Rasa	2,146	0,035
Inovasi Makanan	5,112	0,000

\*Variabel terikat: minat beli ulang

Sumber: Hasil olah data oleh peneliti (2021)

Berdasarkan tabel Uji t, diperoleh nilai Sig. untuk pengaruh kesegaran terhadap minat beli ulang sebesar  $0,012 < 0,05$  dan  $t_{hitung}$  sebesar  $2,573 > 1,99394$ ; nilai Sig. untuk pengaruh rasa sebesar  $0,035 < 0,05$  dan  $t_{hitung}$  sebesar  $2,146 > 1,99394$ ; nilai Sig. untuk pengaruh inovasi makanan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung}$  sebesar  $5,112 > 1,99394$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara subvariabel kesegaran, rasa dan inovasi makanan terhadap minat beli ulang.

Sedangkan pada nilai Sig. untuk pengaruh tampilan terhadap minat beli ulang sebesar  $0,800 > 0,05$  dan  $t_{hitung}$  sebesar  $0,254 < 1,99394$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara subvariabel tampilan terhadap minat beli ulang.

### 3. Koefisien Determinasi

**Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 <sup>a</sup>	.544	.518	2.722

a. Predictors: (Constant), X4 Inovasi Makanan, X3 Rasa, X1 Kesegaran, X2 Tampilan

Sumber: Hasil olah data oleh peneliti (2021)

Berdasarkan tabel *model summary* dalam uji koefisien determinasi yang dilakukan oleh peneliti, dapat diketahui bahwa besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,738,

sehingga dari hasil tersebut juga dapat diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$  atau R Square) sebesar 0,544, yang jika diubah menjadi persen menjadi 54,4%. Artinya terdapat hubungan yang tinggi dan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (kualitas produk) memiliki pengaruh sebesar 54,4% terhadap variabel terikat (minat beli ulang), dan 45,6%nya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan oleh peneliti ke dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian secara simultan guna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari keseluruhan kualitas produk, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap minat beli ulang. Jadi secara keseluruhan kualitas dari produk-produk Union Deli Grand Indonesia menjadi salah satu pemicu dan pendorong adanya minat beli ulang oleh konsumen. Dari hasil analisa ini juga diketahui bahwa kualitas produk yang baik menjadi kunci utama bagi Union Deli Grand Indonesia untuk mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan pengujian secara parsial guna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing subvariabel kualitas produk, dapat disimpulkan bahwa subvariabel kesegaran, rasa dan inovasi makanan memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap minat beli ulang dan subvariabel inovasi makanan menempati peringkat pertama dalam menjadi subvariabel yang paling berpengaruh terhadap minat beli ulang di Union Deli Grand Indonesia dilanjutkan dengan subvariabel kesegaran sebagai peringkat kedua dan subvariabel rasa sebagai peringkat ketiga.

Sedangkan pada subvariabel tampilan tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap minat beli ulang. Jadi tampilan dari produk-produk Union Deli Grand Indonesia bukan menjadi pemicu dan pendorong adanya minat beli ulang oleh konsumen. Hal ini dikarenakan banyaknya responden yang masih pelajar atau mahasiswa dan umumnya tidak menjadikan tampilan sebagai alasan utama bagi mereka untuk melakukan pembelian ulang, melainkan lebih mengutamakan inovasi, kesegaran dan rasa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 3, 14-34.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Ed. 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hukum Online. (2002, Oktober 22). UU Nomor 23 Tahun 2002. <https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/17453/undangundang-nomor-23-tahun-2002/document>
- Kusmayadi & Sugiarto, E. (2000). *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan, & Kuncoro. (2011). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis*. Alfabeta Cv.
- Shaharudin, M. R., Mansor, S. W., & Elias, S. J. (2011). Food Quality Attributes Among Malaysia's Fastfood Customer. *International Business and Management Journal*, 2(1), 198-208.
- Siregar, S. (2016). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Cv.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Cv.
- Thamrin, A., & Francis, T. (2012). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Tim Pengelola Website Kemenperin. (2019, Februari 18). *Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun*. <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiun->

Yafie, A. S., Suharyono, & Abdillah, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Foodand Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(2), 11-19.