

**ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDY PADA UMKM BAKSO
SOPONYONO BANYUWANGI)**

Fidi Santri Ari Valiyana
fidisantri8@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Muhamad Naely Azhad
muhammadnaelyazhad@unmuhjembers.ac.id
Universitas Muhammadiyah
Jember

Nursaidah
nursaidah@unmuhjembers.ac.id
Universitas Muhammadiyah
Jember

ABSTRACT

Perkembangan bisnis industri makanan dan minuman di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat, salah satunya dalam bisnis kuliner. Hal ini terlihat pada banyak industri yang saat ini berjuang merebut hati konsumen dengan meningkatkan pilihan produk dan kualitas pelayanan. Kota Banyuwangi adalah sala satu kota yang terletak di Propinsi Jawa Timur, Banyuwangi terkenal dengan beberapa masakan kuliner salah satunya yaitu Bakso. Makanan bakso yang terkenal salah satunya yaitu Bakso Soponyono yang terletak di kota Banyuwangi. Bakso Soponyono Banyuwangi ini mampu bersaing di pasaran dengan menerapkan beberapa strategi pemasaran yang baik, dengan melengkapi variasi produk pada menu bakso, dimana konsumen dapat memilih menu bako yang beragam, sehingga konsumen tidak merasa bosan dengan menu bakso yang biasa saja. Bakso Soponyono Banyuwangi saat ini mengalami fluktuasi dalam jumlah omset penjualan yang cukup signifikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variasi produk dan kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bakso Soponyono Banyuwangi. Jenis penelitian ini adalah penelitian sebab akibat. Populasi penelitian ini adalah konsumen Bakso Soponyono Banyuwangi. Sampel terdiri dari 120 responden dengan purposive sampling. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bakso Soponyono Banyuwangi.

Keyword: Variasi Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis industri makanan dan minuman di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat, salah satunya bisnis kuliner. Hal ini terlihat pada banyak industri yang saat ini sedang berjuang merebut hati konsumen dengan memperbanyak

pilihan produk dan kualitas pelayanan. Perkembangan ini juga karena industri mengalami banyak tekanan akibat masa transisi ketika kebutuhan pasar meningkat dan kebutuhan konsumen juga meningkat. Di masa pandemi ini, masyarakat tidak diperbolehkan untuk keluar

rumah kecuali dalam keadaan darurat yang artinya masyarakat harus membatasi pergerakannya, sehingga masyarakat membutuhkan banyak kebutuhan untuk tetap berada di rumah. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 0,22 persen secara tahunan. (Sumber: www.bisnis.tempo.co).

Perkembangan bisnis ini mengakibatkan para produsen saling bersaing untuk memberi kepuasan kepada konsumen, guna mengikuti perilaku konsumen yang berubah-ubah.

Aisyah dan Khodijah (2017) menyatakan, “Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan konsumen yang langsung melekat dalam proses mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa termasuk proses-proses yang mendahului dan menyusuli tindakan ini”. Schiffman dan Kanuk dalam Sumarwan (2015,) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut: *“The trem consumer behavior refers to the behaviour that consumers display in searching for purchasing, using, evaluating, and disposing of froduct and services thet they expect will satisfy their needs”*. Perilaku konsumen didefinisikan sebagai perilaku yang diperhatikan konsumen ketika mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan layanan yang mereka harapkan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Perilaku konsumen adalah aktivitas orang-orang yang secara langsung terlibat dalam perolehan, konsumsi, dan konsumsi barang dan jasa dengan

tujuan memberikan kepuasan kepada kosnumen.

Kota Banyuwangi adalah sala satu kota yang terletak di Propinsi Jawa Timur, Banyuwangi terkenal dengan beberapa masakan kuliner salah satunya yaitu Bakso. Makanan bakso yang terkenal salah satunya yaitu Bakso Soponyono yang terletak di kota Banyuwangi. Bakso Soponyono Banyuwangi ini mampu bersaing di pasaran dengan menerapkan beberapa strategi pemasaran yang baik, dengan melengkapi variasi produk pada menu bakso, dimana konsumen dapat memilih menu bako yang beragam, sehingga konsumen tidak merasa bosan dengan menu bakso yang biasa saja.

Tabel 1
 Macam-Macam Produk Bakso
 Soponyono Banyuwangi

No	Produk
1	Bakso Kasar
2	Bakso Halus
3	Bakso Urat
4	Bakso Mercon
5	Tahu Bakso

Sumber: Bakso Soponyono Banyuwangi, 2022

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa Bakso Soponyono Banyuwangi memiliki beberapa macam variasi menu pada produk bakso, Kedua Bakso Soponyono Banyuwangi mengedepankan pelayanan yang baik kepada konsumen, karyawan Bakso Soponyono Banyuwangi yang melayani kosumen selalu tepat waktu

dalam melayani pesanan dan juga selalu menjaga kebersihan tempat makan di lokasi. Bakso Soponyono Banyuwangi memiliki lokasi yang cukup strategis, yang terletak di pinggir jalan langsung, sehingga konsumen mudah untuk menemui lokasi Bakso Soponyono Banyuwangi. Bakso Soponyono Banyuwangi kini telah memiliki dua cabang dikota banyuwangi, dan merupakan salah satu makanan bakso yang cukup terkenal. Penjualan Bakso Soponyono Banyuwangi dengan dua cabang dari beberapa bulan terakhir mengalami penurunan pada target pejualannya.

Bakso Soponyono Banyuwangi Tahun 2021 hingga Bulan Maret 2022 mengalami fluktuasi, dimana realisasi omset penjualan terbesar pada bulan Mei 2021 dengan jumlah omset penjualan Rp. 26.500.000, sedangkan jumlah omset tersendah pada bulan September 2021 dengan omset penjualan Rp. 19.000.000, terdapat dua bulan omset penjualan Bakso Soponyono Banyuwangi yang tidak memenuhi target omset bulanan. Hal ini dapat terjadi karena variasi produk bakso yang dirasa masih kurang memuaskan konsumen dan masih sama dengan menu bakso para pesaing, sehingga kosumen merasa bosan dengan menu yang sama dengan bakso lainnya. Faktor kedua dapat terjadi karena pelayanan dari karyawan baru yang masih kurang baik kepada konsumen, sehingga konsumen masih kurang merasa puas dengan pelayanan Bakso Soponyono Banyuwangi, dari faktor pelayanan Bakso Soponyono Banyuwangi terdapat bebrapa hal diantaranya yaitu

dari segi daya tanggap (*responsiviness*) karyawan Bakso Soponyono Banyuwangi, masih dirasa karyawan yang masih kurang baik dalam merespon pesanan konsumen, kedua dari segi jaminan waktu (*assurance*) pembuatan bakso yang diberikan karyawan Bakso Soponyono Banyuwangi tidak sesuai dengan realita karena antrinya para konsumen dalam membeli, hal ini dapat mempengaruhi konsumen akan pelayanan yang diberikan oleh Bakso Soponyono Banyuwangi.

Penelitian ini memiliki tujuan, yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variasi produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bakso Soponyono Banyuwangi.

2. KERANGKA TEORITIS

Pemasaran

Pemasaran didefinisikan sebagai teknik dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan/konsumen dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan mendapatkan nilai dari pelanggan/konsumen sebagai imbalannya. Dalam konteks korporat yang lebih sempit, pemasaran berarti menciptakan hubungan pertukaran nilai tambah yang menguntungkan dengan pelanggan. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai.. Pemasaran adalah suatu proses sosial manajerial dimana individu dan

kelompok memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (Qomariah 2016:1).

Perilaku konsumen

Perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk barang dan jasa. Termasuk didalamnya proses keputusan yang mendahului dalam mengikuti tindakan ini (Mangkunegara, 2005). Kita semua memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat biologis; mereka disebabkan oleh tekanan fisiologis seperti lapar, bau atau malaise. Kebutuhan lain bersifat psikogenik, muncul dari keadaan mental yang tegang, seperti kebutuhan akan persetujuan, penghargaan, atau milik sebuah kebutuhan menjadi motif ketika terangsang untuk tingkat yang cukup intensitas untuk mendorong kita untuk memiliki kedua-arah yang kita pilih satu tujuan atas yang lain dan intensitas kita mengejar tujuan dengan lebih atau kurang semangat (Kotler dan Keller. 2012).

Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Amstrong (2012) ialah: perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa jika kinerja produk tidak seperti ini, dan ekspektasi terlalu rendah, pembeli/konsumen akan merasa tidak

puas dan akhirnya kecewa, jika kinerjanya seperti ini, Anda akan puas. kinerja produk melebihi ekspektasi, anda akan merasa senang dan sangat puas.

Variasi Produk

Pemilihan produk atau variasi produk bukanlah hal baru dalam dunia pemasaran, dimana pemasar menggunakan strategi ini secara luas dalam peluncuran produknya. Keanekaragaman produk merupakan isu penting yang harus diperhatikan perusahaan untuk meningkatkan kinerja produk. Jika produknya tidak serbaguna, tentu produk tersebut tidak akan mampu bersaing dengan produk lainnya. Menurut Kotler dan Keller (2007), Variasi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, organisasi, dan gagasan. Dalam artian lain variasi produk sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri (Philip Kotler, 2009).

Kualitas Layanan

Kata pelayanan berasal dari kata *service*. Dalam persepsi Davidaw Uttal yang dikutip Santi (2008), pelayanan sebagai *'those thing which when added to a product, increase its utility or value to the customer'*. Pelayanan didefinisikan sedemikian rupa sehingga semuanya, ketika diterapkan pada produk, meningkatkan nilai produk bagi pengguna.

Kualitas layanan dapat ditentukan oleh seberapa banyak realitas menyimpang dari harapan pelanggan terhadap layanan. Kualitas layanan (*service quality*) dapat didefinisikan pula) sebagai seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh (Tjiptono, 2012). Sedangkan menurut Subihaiani (2001) kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected value*). Oleh karena itu, kualitas layanan adalah hasil penilaian pelanggan tentang seberapa banyak layanan yang diterima dari penyedia layanan (perusahaan) dirasakan sebagian dan secara keseluruhan sebagai perbedaan antara klaim dan kenyataan..

3. METODE PENELITIAN

Sampel

Sampel adalah merupakan bagian kecil dari suatu populasi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya dari populasi (Kuncoro, 2009). Untuk menentukan ukuran sampel digunakan teknik pengambilan sampel. Penentuan pengambilan sampel tergantung pada indikator yang digunakan (Arikunto, 2010).

Penentuan sampel dalam penelitian dengan kuisisioner atau angket ditentukan berdasarkan jumlah indikator penelitian. Jumlah sampel sama dengan jumlah indikator dikali

5 dikali 10. Penelitian ini menggunakan 12 indikator dan koefisien 10, karena indikator penelitian ada 12, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah $12 \times 10 = 120$ responden.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Observasi sebagai teknik pengumpulan data memiliki karakteristik dibandingkan dengan teknik lainnya yaitu wawancara dan kuisisioner. Kalau wawancara dan kuisisioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek – objek alam yang lain (Sugiyono, 2012).

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2012).

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada responden atau penjelasan tertulis. Pengumpulan data efektif ketika peneliti memiliki pemahaman yang jelas tentang variabel yang diukur dan apa yang diharapkan dari responden. Selain itu kuisisioner juga cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar. Kuisisioner dapat berupa pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diartikan kepada responden secara langsung atau

dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono, 2012).

Analisa Regresi Linier Berganda

Mengetahui atau mengukur kekuatan hubungan antara variabel terikat (Y) dan beberapa variabel bebas (X). maka jenis analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Model persamaan regresi yang digunakan dapat dibangun sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,219 + 0,332X_1 + 0,283X_2 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a = Konstanta Sebesar 2,219 menyatakan bahwa variabel variasi produk, dan kualitas layanan dinilai konstan, maka kepuasan konsumen pada Bakso Sopyonyono Banyuwangi akan berpengaruh signifikan sebesar 2,219.

Variabel variasi produk (X1) memiliki arah koefisien positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai 0,332. Artinya setiap penambahan variabel variasi produk sebesar 1, maka variasi produk akan mengalami peningkatan sebesar 0,332. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan variasi produk yang baik pada Bakso Sopyonyono Banyuwangi, seperti menambahkan variasi rasa atau bentuk dari produk

bakso sebelumnya maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki koefisien positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai sebesar 0,283. Artinya setiap penambahan variabel kualitas pelayanan sebesar 1 maka kualitas pelayanan akan meningkat sebesar 0,283. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan kualitas layanan yang baik pada Bakso Sopyonyono Banyuwangi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen disaat membeli produk di Bakso Sopyonyono Banyuwangi, maka hal ini akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi nilai t hitung dari variabel variasi produk sebesar 5,046 adalah $0,000 < 0,05 (=5\%)$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi, dapat diartikan bahwa variabel variasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bakso Sopyonyono Banyuwangi. Dan yang kedua menunjukkan bahwa nilai t variabel kualitas pelayanan 6,453 memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05 (=5\%)$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bakso Sopyonyono Banyuwangi..

Berdasarkan hasil koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,610 (61%). Hal ini berarti 61% yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas yaitu variasi produk dan kualitas layanan memberikan hampir semua informasi yang

dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (kepuasan konsumen).

Saran

Dari data yang didapat dan dianalisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka yang dapat disimpulkan oleh peneliti adalah :

Variasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bakso Soponyono Banyuwangi dengan hasil uji t sebesar $0,000 < 0,05 (= 5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hasil temuan ini berarti semakin baik Bakso Soponyono Banyuwangi dalam meningkatkan variasi produk daripada yang dimiliki saat ini, maka kepuasan konsumen akan Bakso Soponyono Banyuwangi semakin baik dan meningkat pula.

Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bakso Soponyono Banyuwangi dengan hasil uji t sebesar $0,000 < 0,05 (= 5\%)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hasil temuan ini berarti semakin baik Bakso Soponyono Banyuwangi dalam meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen, maka kepuasan konsumen akan Bakso Soponyono Banyuwangi semakin baik dan meningkat pula.

Saran yang dapat diberikan yaitu Bakso Soponyono Banyuwangi disarankan dapat mengoptimalkan perkembangan zaman saat ini sehingga dapat memperbarui dan memperbanyak menu bakso yang baru sehingga variasi produk bakso semakin baik lagi.

Bakso Soponyono Banyuwangi disarankan selalu merespon tanggapan tentang produk Bakso Soponyono Banyuwangi sehingga empati disaat melayani konsumen dalam pembelian produk semakin baik

Bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dengan lebih mengembangkan variabel variasi produk dengan menambahkan variabel produk atau *marketing mix*, sehingga pemahaman akan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen semakin baik lagi.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2006. "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*". Jakarta: Rineka Cipta
- Augusty, Ferdinand (2006). Metode penelitian Manajemen; pedoman penelitian untuk skripsi, tesis dan disertasi ilmu Manajemen Semarang: Universitas Diponegoro
- Efnita, T. (2017). *Effect Of Variation Of Products , The Service Quality , Price And Location On Customer Satisfaction Wedding Organizer* Titik Efnita. *Jurnal AdBispreneur*, 2(2), 107–115.
- Finthariasari, M. (2020). Pengaruh Kualitas Prouk, *Display Layout* Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2). DOI:

- <https://doi.org/10.37676/ekombis.v8i2>
- Ghozali, Imam. (2013), Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota. *Journal of Business Administration*. 3(1), 40–52.
- Kotler, K (2009). Manajemen Pemasaran 1. Edisi Ketiga belas, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Garry Amstrong. (2010). Prinsip Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua belas, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua Belas, PT Indeks, Jakarta
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing Global* (jilid 14). New Jersey: Prentice.
- Kuncoro, Mudrajad 2009. Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Lestari, F. A. P. (2018). Pengaruh Web E-Commerce , Kualitas Produk Dan Kualitas Fibria Anggraini Puji Lestari Jl . Raya Tengah , Kelurahan Gedong , Pasar Rebo , Jakarta Timur email : fapl02@yahoo.com. *Jurnal Sosial E-Kons*, 10(1), 87–95.
- Lestiyono, U. (2018). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen cv. multi usaha raya jepara skripsi.
- Lupiyoadi dan hamdani, (2006). Manajemen Pemasaran edisi kedua. Penerbit Salemba Empat : Jakarta
- Malhotra, N.K. 2004. *Riset Pemasaran Pendekatan Terpadu*. Edisi Bahasa Indonesia PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Mangkunegara, Anwar prabu. 2005. Perilaku konsumen edisi Revisi. Bandung:Rafika Aditama.
- Mangkunegara, Anwar prabu. 2005. *Perilaku konsumen edisi Revisi*. Bandung:Rafika Aditama.
- Novia, E., Lestari, F., Hidayat, Z., & Budiwati, H. (2019). Pengaruh Variasi Produk dan Servicespace terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken di Lumajang). 16–19.
- Nugroho, D. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bakso Dan Mie Ayam Pak Kumis Wonogiri. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 73–87.
- Prayitno, Duwi. 2010. Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS. MediaKom, Yogyakarta

- Qomariah, Nurul. 2016. “Marketing Adactive Strategy”. Jilid 1, Jember: Cahaya Ilmu
- Rismayanti, E. (2021). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di Upmart Universitas PGRI Semarang. *Jurnal Spirit Edukasia*, 19–23, 19–23.
- Sintya, L. I., Karuntu, M. M., Sam, U., & Manado, R. (n.d.). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado The Influence Of Price And Quality Of Service On Customer Satisfaction Of Go-Jek Online Transportation Services In Student Feb Unsrat Manado. 6(3), 1778–1787.
- Siswanto, H., & Adhilla, F. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pasar Bisnis (Studi pada CV Kreasindo Mitra Pratama). 11(02), 92–96.
- Sugiyono. (2010). “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND”. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*.
- Suwito, A. R. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan , Image Dan Koperasi Kareb Bojonegoro Abstract*. Jmap. 110–123.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *pemasaran strategik*. Yogyakarta, ANDI.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner and D.D Gremler. (2013). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 6e, Mc.Graw-Hill, Boston.