

The Effect of Service Quality, Price and Location on Repurchase Intention at MTV Tomohon Restaurant, North Sulawesi

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli Kembali pada Rumah Makan MTV Tomohon, Sulawesi Utara

Zefanya Priskilla Wongkar¹, Komalawati Komalawati^{2*}, I Gede Agus Mertayasa³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(*) Corresponding Author: mjskomalawati@gmail.com

Article info

<p>Keywords: <i>Service Quality, Price, Location, Repurchase Intention</i></p>	<p>Abstract <i>This study aims to determine the effect of service quality (X1), price (X2) and location (X3) on repurchase intention (Y) at MTV Tomohon Restaurant. The data was collected using a likert scale questionnaire. The number of samples used are 90 people. Analysis of the data in this study using the SPSS 24.0 application. The data analysis technique uses partial correlation analysis, correlation analysis multiple regression analysis, multiple linear regression analysis, analysis of determination, T test, and F test. With the results of the regression equation $Y = -0.370 + 0.366X1 + 0.210X2 + 0.213X3$, it means that the regression coefficient of service quality (X1) is positive (0.366), the coefficient of service quality regression (X1) is positive (0.366), price regression (X2) is positive (0.210), the location regression coefficient (X3) is positive (0.213). The R Square value of 0.446 means that the contribution of service quality (X1), price (X2), and location (X3) is 44.6% to repurchase intention (Y) at MTV Tomohon Restaurant, North Sulawesi. The results of this study indicate that partially service quality and location variables have a significant influence on repurchase intention at MTV Tomohon Restaurant. While the price variable has no significant effect on repurchase intention at MTV Tomohon Restaurant. Based on the results of the F test, it is known that simultaneously service quality, price, and location have a significant effect on repurchase intention at MTV Tomohon Restaurant.</i></p>
<p>Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Minat Beli Kembali</p>	<p>Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X1), harga (X2) dan lokasi (X3) terhadap minat beli kembali (Y) pada Rumah Makan MTV Tomohon. Metode pengumpulan data dengan kuesioner dan menggunakan pengukuran skala likert dengan sampel sebanyak 90 orang. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan Aplikasi SPSS 24.0. Teknik analisis data menggunakan analisis korelasi parsial, analisis korelasi berganda, analisis regresi linear berganda, analisis determinasi, uji t, dan Uji F. Dengan hasil persamaan regresi $Y = -0.370 + 0,366X1 + 0,210X2 + 0,213X3$, artinya koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai positif (0,366), koefisien regresi harga (X2) memiliki nilai positif (0,210), koefisien regresi lokasi (X3) memiliki nilai positif (0,213). Nilai R Square sebesar 0,446 artinya bahwa kontribusi kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) sebe-</p>

sar 44.6% terhadap minat beli kembali (Y) pada Rumah Makan MTV Tomohon. Hasil pada penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli kembali pada Rumah Makan MTV Tomohon. Sedangkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli kembali pada Rumah Makan MTV Tomohon. Berdasarkan hasil Uji F diketahui secara simultan kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli kembali pada Rumah Makan MTV Tomohon.

PENDAHULUAN

Pada era sekarang ini, perkembangan bisnis yang semakin meningkat setiap harinya dan terus berubah seiring dengan perkembangan zaman. Perkembangan teknologi, informasi, dan internet yang sangat pesat dan massif pada berbagai sector kehidupan manusia telah menciptakan perubahan baru (Trimurti, 2023:98). Kondisi persaingan semakin ketat saat ini, para pelaku usaha harus menciptakan suatu inovasi dan kreativitas guna meningkatkan minat beli kembali konsumen. Setiap sektor yang bergerak di bidang kuliner harus siap menghadapi persaingan usaha yang terjadi. Maka dari itu, tiap pelaku usaha wajib peka terhadap kondisi pasar agar bisa terpenuhi keperluan dan keinginan pelanggannya guna untuk menarik minat beli kembali konsumen. Terdapat beberapa faktor yang harus di perhatikan konsumen saat ingin membeli suatu produk seperti kualitas pelayanan, harga dan lokasi.

Setiap pelaku bisnis sebaiknya merancang strategi agar dapat meningkatkan antusias para konsumen dan menyenangkan hati setiap konsumen dalam mereka mengkonsumsi setiap produk maupun layanan, maka bisa menciptakan kesan dalam diri mereka. Maka dari itu dalam mengatasi persaingan bisnis, upaya yang dilakukan para pelaku usaha yaitu dengan menerapkan strategi kualitas layanan yang baik, lokasinya yang strategis, dan harganya yang terjangkau sehingga meningkatkan minat beli kembali dan mampu bersaing dengan pelaku usaha yang lain.

Usaha bisnis di bidang kuliner mulai menjamur diseluruh Indonesia, dan tidak terkecuali di Sulawesi Utara khususnya di Kota Tomohon. Ada banyak tempat makan di Kota Tomohon dengan konsep yang berbeda-beda. Tempat-tempat makan di Kota Tomohon saat ini mengalami perkembangan yang begitu pesat, dan salah satunya yaitu Rumah Makan MTV. Rumah Makan MTV yang berada di Jl. Raya Tomohon, Kakaskasen, Kota Tomohon ini adalah satu-satunya tempat makan populer yang sudah berdiri sejak tahun 90-an dan masih beroperasi sampai saat ini. Dari berbagai kalangan dari yang tua maupun yang muda menjadikan Rumah Makan MTV ini sebagai tujuan utama dalam bidang kuliner.

Tempat yang nyaman dengan konsep taman yang berada di dalam ruangan dengan kapasitas tempat sebanyak 60-70 orang, sehingga bisa dijadikan tempat ini sebagai tempat bersantai, tempat rapat, ataupun kegiatan-kegiatan lainnya. Harga yang di tawarkan rumah makan ini begitu terjangkau dan variatif. Berbagai menu makanan dan minuman yang beragam, seperti makanan khas nusantara hingga makanan khas minahasa, juga khususnya menu makanan Bakso yang legendaris ini menjadi menu andalan di Rumah Makan MTV ini. Selain itu, fasilitas yang terdapat di Rumah Makan MTV ini sangat diperhatikan oleh pemilik tempat ini seperti lahan parkir yang cukup luas dan juga nyaman sehingga membuat tempat ini sering dikunjungi oleh masyarakat Kota Tomohon walaupun banyak bermunculan tempat-tempat makan yang sejenis tetapi Rumah Makan MTV ini tetap bertahan dan memiliki pelanggan tetap.

Berhasil ataupun tidak produk dalam *market* bergantung dari sejauh apa munculnya minat beli konsumen dalam suatu produk itu. “Minat beli kembali dapat diartikan sebagai adanya kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan” (Ramadhan & Santosa 2017:6). Dalam meningkatkan minat beli kembali pelanggan, perusahaan terlebih dahulu memahami keinginan para pelanggan. Apabila manfaat yang akan didapatkan lebih besar dari yang sudah dilakukan untuk mendapatkan keuntungan, maka keinginan para pelanggan untuk membeli kembali akan lebih tinggi. Minat beli kembali pada Rumah Makan MTV ini dapat di lihat pada data kunjungan konsumen pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Daftar Jumlah Pengunjung Rumah Makan MTV Tahun 2019-2021

Bulan	Jumlah Pengunjung		
	2019	2020	2021
Januari	1.784	1.786	1.434
Februari	1.652	1.677	1.345
Maret	1.533	530	1.520
April	1.542	423	1.234
Mei	1.890	780	1.249
Juni	1.563	673	1.178
Juli	1.780	875	1.432
Agustus	2.534	877	1.643
September	1.763	865	1.689
Oktober	1.862	1002	1.598
November	1.895	959	1.765
Desember	2.057	1.225	1.867
TOTAL	21.455	11.672	17.954

Tabel 1 yang menunjukkan jumlah pengunjung di Rumah Makan MTV pada tahun 2019 yaitu 21.455 pengunjung. Kemudian mengalami penurunan di awal tahun 2020 menjadi 11.672 pengunjung. Hal tersebut dikarenakan covid-19 pada pertengahan bulan maret tahun 2020 sangat meningkat di Indonesia khususnya di Kota Tomohon. Pada tahun 2021 jumlah pengunjung di Rumah Makan MTV mulai meningkat menjadi 17.954 pengunjung. Sesuai dengan daftar jumlah pengunjung, minat beli kembali pada Rumah Makan MTV Tomohon cukup tinggi.

Dalam menjalankan suatu bisnis, kualitas pelayanan menjadi salah satu hal penting. “Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan” (Tjiptono 2012:157). Kualitas pelayanan adalah variable yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menguntungkan perusahaan yang dapat memuaskan konsumen dan berdampak pada minat membeli yang akan meningkatkan penjualan. Setiap konsumen juga mengharapkan kualitas pelayanan yang baik guna memenuhi harapan konsumen.

Berdasarkan hasil dari *guest comment* yang diberikan pihak Rumah Makan, yaitu seperti sikap *waiters* terhadap tamu, ketepatan pelayanan oleh *waiters*, dan kecepatan pelayanan yang dilakukan oleh *waiters*. Terdapat beberapa pelanggan yang *complain* tentang kecepatan pelayanan yang dilakukan oleh *waiters* terlalu lama. Ada juga yang *complain* tentang sikap *waiters* yang kurang sopan, namun ada juga yang mengutarakan bahwa pelayanan di Rumah Makan MTV ini memberikan pelayanan yang baik dibandingkan

tempat-tempat rumah makan lainnya. Jika para pelanggan merasa puas terhadap kualitas pelayanan dalam menikmati makanan yang diberikan, maka konsumen tersebut akan kembali di Rumah Makan MTV. Setiap perusahaan yang mementingkan kualitas pelayanan akan berdampak baik dalam menarik suatu minat beli kembali pada konsumen.

Selain kualitas pelayanan, harga juga menjadi variabel yang penting dalam penjualan. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto dkk (2018:3) mendefinisikan “harga yaitu jumlah uang yang ditawarkan terhadap suatu produk dan jasa, atau jumlah nilai yang di tukar konsumen atas utilitas yang di dapat karena memakai produk dan jasa tersebut”. Harga yaitu jumlah yang di bayarkan untuk memperoleh suatu produk.

Penentuan harga yang ditawarkan oleh setiap perusahaan harus sesuai dengan kondisi perekonomian konsumen sehingga produk yang dijual bisa laku di pasaran. Harga yang ditetapkan Rumah Makan MTV begitu terjangkau dan termasuk harga yang standart sehingga tidak banyak selisih harga dengan tempat-tempat makan yang lain. Dari sudut pandang konsumen, harga merupakan faktor yang perlu dipertimbangkan saat membuat keputusan pembelian sehingga harga yang ditawarkan akan sangat berpengaruh terhadap laku atau tidaknya suatu produk.

Terdapat sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi minat beli kembali, salah satunya yaitu lokasi. Lokasi adalah faktor penting dalam mempengaruhi suatu keputusan pembelian. Menurut Paul (2011:125) dalam Saradissa dan Sitohang (2015) “lokasi yang terjangkau menjamin tersedianya akses yang cepat sehingga dapat menarik sejumlah besar konsumen dan yang cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen”. Suatu perusahaan akan lebih sering dikunjungi oleh konsumen jika lokasi perusahaan tersebut strategis dan nyaman.

Dimana lokasi Rumah Makan MTV cukup strategis, berada di pinggir jalan raya sehingga membuat tempat ini mudah di akses. Kelancaran akses untuk ke tempat ini juga begitu mudah karena dapat dilalui dengan public transport (transportasi umum). Selain itu, terdapat tempat parkir yang memadai dan cukup luas dan juga nyaman sehingga tempat ini sering dikunjungi oleh masyarakat Kota Tomohon.

Sehingga konsumen merasa bahwa kualitas pelayanan di Rumah Makan MTV cukup memuaskan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Dengan penetapan harga yang ditawarkan Rumah Makan MTV sangat terjangkau bagi masyarakat menengah kebawah. Lokasi dengan keamanan dan kenyamanan bagi para konsumen menggunakan fasilitas pendukung seperti lahan atau tempat parkir yang cukup luas dan pula lokasi usaha yang strategis dan mudah di akses.

Hal tersebut yang jadi latar belakang, maka penulis ada ketertarikan dan keinginan melaksanakan riset dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Kembali Pada Rumah Makan MTV Tomohon, Sulawesi Utara” untuk bisa mengetahui seberapa besarnya pengaruh kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap minat beli pada Rumah Makan MTV Tomohon.

METODE

Tujuan penelitian ini guna untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap minat beli kembali dalam Rumah Makan MTV Tomohon. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu merupakan konsumen Rumah Makan MTV Tomohon.

Teknik pengambilan sampel menggunakan Nonprobability sampling dengan teknik Accidental sampling. Sugiyono (2013:18) Accidental sampling yaitu teknik menentukan sampel dari siapapun yang kebetulan berjumpa bersama peneliti bisa dipakai

jadi sampel. Pada penelitian berikut, terdapat 90 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan menggunakan pengukuran skala *likert*, melalui wawancara, dan juga observasi. Teknik analisis data yaitu:

1. Uji Validitas
Berdasarkan Sugiyono (2019) pengujian validitas dipakai guna pengukuran sah ataupun valid tidak kuesionernya. Kuesioner dinyatakan valid manakala pertanyaan dalam kuesionernya bisa melakukan pengungkapan sesuatu yang diukur oleh kuesioner itu.
2. Uji Reliabilitas
Sugiyono (2012:177) “Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama”.
3. Uji Asumsi Klasik
 - a) Uji Normalitas
Berdasarkan Ghazali (2018:161) menjelaskan bahwa “Tujuan uji normalitas yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual terdistribusi normal”.
 - b) Uji Heterokedastisitas
“Heteroskedastisitas dilaksanakan guna menguji apakah ada ketidaksamaannya variasi residual dari suatu pengamatan menuju pengamatan lain di model regresinya” (Ghozali 2018).
 - c) Uji Multikolinearitas
Ghozali (2013) “Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat suatu hubungan antar variabel independen dalam model regresi”.
4. Analisis Korelasi Parsial
Analisis ini dipakai supaya memahami dan membuktikan relasi hipotesis dua variabel jika datanya berbentuk interval, dan data dua variabel atau lebih adalah sama.
5. Analisis Korelasi Berganda
Analisis ini dipakai untuk memahami kuat ataupun tidak relasi secara simultan antar 2 variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).
6. Analisis Regresi Linear Berganda
Sugiyono (2017:275) “analisis regresi linear berganda dipakai jika periset memprediksi kondisi baik turun variabel dependennya, manakala dua ataupun lebih variabel bebas yang merupakan faktor prediktor dinaik-turunkan nilai atau skornya”.
7. Koefisien Determinasi
“Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu” (Ghozali 2016:95).
8. Uji t
“Uji t digunakan untuk menguji seberapa pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat” (Ghozali 2016:97).
9. Uji F
“Uji F digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersamaan kepada variabel terikatnya” (Ghozali 2016:96).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Kembali

Berdasarkan pengujian secara empiris membuktikan bahwa nilai hasil t hitung 3,692 sedangkan t tabel 1,988, maka t hitung ada dalam area penolakan H_0 yang artinya H_0 ditolak sementara H_a diterima. Dengan demikian, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli kembali pada Rumah Makan MTV Tomohon.

Makna dari penelitian ini, semakin berkualitas layanan yang diberi terhadap sehingga makin besar minat beli kembali. Sebaliknya, tidak berkualitas pelayanan yang di berikan akan semakin rendah minat beli kembali. Hasil riset ini sejalan terhadap riset yang sudah di lakukan oleh Harfania (2018) dengan hasil yaitu kualitas pelayanan ada pengaruh positif serta bersignifikan kepada minat membeli kembali.

2) Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Kembali

Berdasarkan uji dengan empiris memberi pembuktian yakni nilai hasil t hitung 1,708 dan t tabel 1,988, sehingga t hitung ada dalam area penerimaan H_0 yang artinya H_a ditolak sementara H_0 diterima. Maka dari itu, harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli kembali pada Rumah Makan MTV Tomohon.

Dari penelitian ini, harga tidak menjadi faktor utama yang langsung menjadi pertimbangan konsumen dalam minat beli kembali pada Rumah Makan MTV Tomohon. Hasil riset ini tidak menunjang riset yang sudah dilaksanakan Setiawan (2022) hasil menandakan yaitu variabel harga ada pengaruhnya bersignifikan kepada minat membeli kembali.

3) Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli Kembali

Mengamati uji dengan empiris memberi pembuktian yakni nilainya t hitung 2,843 sedangkan t tabel 1,988, maka t hitung berada di daerah penolakan H_0 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, lokasi ada pengaruhnya positif serta signifikan kepada minat beli kembali pada Rumah Makan MTV Tomohon.

Makna dari penelitian ini, semakin strategis suatu lokasi sehingga makin besar minat beli ulang. Kebalikannya makin tidak strategis suatu lokasi sehingga bisa makin rendah minat beli kembali. Hasil pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Pamungkas (2016) yaitu dengan hasil lokasi memberi pengaruhnya positif serta bersignifikan kepada minat membeli ulang.

4) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Kembali

Mengamati uji dengan empiris memberi bukti yakni nilainya F hitung 23,064 sedangkan F tabel 2,71, maka F hitung lebih besar dari F tabel bermakna H_0 ditolak sementara H_a diterima. Maka dari itu, harga, kualitas layanan, serta lokasi ada pengaruhnya positif bersignifikan dengan bersimultan kepada minat beli kembali pada Rumah Makan MTV Tomohon.

Makna dari penelitian ini, semakin baik kualitas pelayanan, semakin terjangkau suatu harga, dan semakin mudah dijangkau suatu lokasi akan semakin tinggi minat beli

kembali. Sebaliknya, jika semakin buruk kualitas layanan, harga, dan lokasi akan semakin rendah minat beli kembali.

SIMPULAN

- 1) Kualitas pelayanan ada pengaruhnya positif signifikan kepada minat beli kembali dalam Rumah Makan MTV Tomohon. Hal ini dapat dilihat pada koefisien regresi b_{1X1} yaitu 0,366. Pengujian ini ditunjang melalui hasil pengujian t yang mana t hitung $3,692 > t$ tabel 1,988 maka H_a diterima, dan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$. Hal ini bermakna yakni makin berkualitas layanan yang diberi Rumah Makan MTV Tomohon kepada konsumen akan semakin tinggi minat beli kembali.
- 2) Harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap minat beli kembali pada Rumah Makan MTV Tomohon. Hal ini dapat dilihat pada koefisien regresi b_{2X2} yaitu 0,210. Pengujian ini ditunjang dengan uji t yang mana t hitung $1,708 < t$ tabel 1,988 maka H_o diterima, dan nilai signifikannya $0,091 > 0,05$. Dalam hal ini, harga tidak menjadi faktor utama yang langsung menjadi pertimbangan konsumen dalam minat beli kembali pada Rumah Makan MTV Tomohon.
- 3) Lokasi ada pengaruhnya positif serta signifikan kepada minat beli kembali dalam Rumah Makan MTV Tomohon. Hal ini dapat dilihat pada koefisien regresi b_{3X3} yaitu 0,213. Pengujian ini ditunjang dengan uji t dengan hasil t hitung $2,843 > t$ tabel 1,988 maka H_a diterima, dan nilai signifikannya $0,006 < 0,05$. Hal ini bermakna yakni makin strategis lokasi maka akan semakin tinggi minat beli kembali.
- 4) Kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan dengan bersamaan kepada minat beli kembali pada Rumah Makan MTV Tomohon. Hal ini bisa diamati melalui hasil pengujian F , dimana F hitung $23,064 > F$ tabel 2,71 maka H_a diterima, bernilai sig. $0,000 < 0,05$. Hal ini bermakna bahwa makin bagus kualitas layanannya, harga, dan lokasi berarti makin besar minat beli kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy, T. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4).
- Ramadhan, A. G. & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17525/16774>

- Saradissa, C. N. & Sitohang, S. (2015). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(11).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *In Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (p. 394). Bandung: Alfabeta.
- Trimurti Christimulia Purnama, et.,al. (2023). *Kewirausahaan dan Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia