

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Pada *Boy's Cake and Bakery* di Mojolaban, Sukoharjo)

Mutia Nur Arifah¹ & Sri Suryoko²

^{1,2}Departemen Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia

¹Email: Mutia.arifah@gmail.com

Abstract: *In this study, specifically discussing the sales of Boy's Cake and Bakery in 2016 - 2019, sales were quite volatile, because in the last year, 2019, there was a significant decrease. This study is to determine Service Quality (X1) and Product Innovation (X2) on Purchasing Decisions (Y) at Boy's Cake and Bakery. Researchers used explanatory research type and purposive sampling and accidental sampling techniques. The results showed that the service quality variable (X1) had a positive effect on the purchase decision for Boy's Cake and Bakery (Y), the product innovation variable (X2) had a positive effect on the purchase decision at Boy's Cake and Bakery (Y) and the service quality variable and product innovation were together have a positive and important effect on purchasing decisions for Boy's Cake and Bakery. The suggestions given to Boy's Cake and Bakery, the variable service quality from Boy's Cake and Bakery is good, but Boy's Cake and Bakery needs to maintain and improve the quality of service provided, especially in terms of convenience store room, delivery service made easier with minimal restrictions on delivery, has a unique characteristic of product taste, pays more attention to product availability, accelerates service for consumers, is more familiar with product specifications, pays more attention to returning to operating hours, simplifies communication between consumers and employees.*

Keywords: *Service Quality; Product Innovation; Purchase Decision*

Abstrak: Dalam penelitian ini secara khusus membahas mengenai penjualan *Boy's Cake and Bakery* tahun 2016 – 2019 mengalami penjualan yang cukup fluktuatif, karena di tahun terakhir yaitu tahun 2019 terlihat penurunan yang cukup signifikan. Penelitian ini untuk mengetahui Kualitas Pelayanan (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di *Boy's Cake and Bakery*. Peneliti menggunakan tipe penelitian *explanatory research* dan Teknik *Purposive Sampling* dan *Accidental Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *Boy's Cake and Bakery* (Y), Variabel inovasi produk (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di *Boy's Cake and Bakery* (Y) dan Variabel kualitas pelayanan dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan penting terhadap keputusan pembelian *Boy's Cake and Bakery*. Saran yang diberikan kepada *Boy's Cake and Bakery* variabel kualitas pelayanan dari *Boy's Cake and Bakery* sudah baik, namun *Boy's Cake and Bakery* perlu mempertahankan dan meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang diberikan, terutama dalam hal kenyamanan ruangan toko layanan pesan antar yang dipermudah dengan pembatasan minimal pengantaran, memiliki ciri khas cita rasa produk yang unik, lebih memperhatikan kesediaan produk, mempercepat layanan untuk konsumen, lebih mengenal lagi spesifikasi produk, lebih memperhatikan kembali kepada jam operasional, mempermudah lagi komunikasi antara konsumen dan karyawan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Inovasi Produk; Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Kemajuan di dunia bisnis berkembang dengan pesat dan mengalami perubahan, oleh karena itu hal itu juga menyebabkan semakin ketatnya juga persaingan yang terjadi antar bisnis-bisnis yang berkembang. Demi memahami perilaku para konsumen maka diperlukan hal penting yang dimana dapat menarik hati konsumen sehingga para konsumen akan tertarik dan memutuskan untuk membeli produk di perusahaan kita. Menurut Kotler (2009) model perilaku konsumen dapat dilihat melalui lima faktor penting yaitu rangsangan pemasaran

untuk menarik minat beli konsumen, rangsangan lain dimana mampu mempengaruhi kepada variabel keputusan pembelian terhadap suatu produk, karakteristik pembelian, proses keputusan membeli hingga keputusan pembelian. Variabel terakhir dari model perilaku konsumen adalah keputusan pembelian. Pengambilan keputusan ialah sesuatu aktivitas orang yang secara langsung ikut serta dalam memperoleh serta mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan pembelian ialah sesuatu aktivitas untuk memecahkan permasalahan yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang dianggap sebagai kegiatan yang tepat dalam membeli.

Usaha berbasis bidang kuliner merupakan salah satu usaha yang saat ini mulai meningkat sangat pesat. Salah satu usaha di bidang makanan yang cukup menjamur ialah usaha roti. Industri roti di Indonesia belakangan berkembang dengan sangat baik dan hal ini di dasari oleh meningkatnya populasi kelas menengah, pendapatan kelompok muda yang semakin tinggi, dan berubahnya pola konsumsi masyarakat yang mengadopsi gaya hidup perkotaan. Data terbaru dari Asosiasi Pengusaha Roti (APEBI) menunjukkan bahwa industri roti Indonesia tumbuh dengan laju 10-15% setiap tahun, dan pangsa pasar terbesar adalah produksi roti tawar dan roti tawar dengan kandungan gula tinggi. Pada tahun 2009, 1.149 unit usaha makanan dan minuman di Provinsi Jawa Tengah menyerap 88.637 tenaga kerja, dan produksi akhir (output) senilai Rp 23,5 miliar (Majalah Industri; 2010). Usaha berbasis bidang kuliner merupakan salah satu usaha yang saat ini mulai meningkat sangat pesat. Salah satu usaha di bidang makanan yang cukup menjamur ialah usaha roti. Pertumbuhan untuk bisnis kue dan roti periode tahun 2014-2020 akan naik 10% dan nilainya mencapai 20,5 triliun rupiah (Kontan, 2017). Menurut Arhab (2015) Penggunaan jasa atau produk yang dibeli oleh konsumen disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya yaitu mengenai kualitas pelayanan, harga, dan referensi dari orang lain. Kualitas pelayanan ialah kegiatan ekonomi yang menghasilkan atau membangkitkan waktutempat, bentuk, serta kebutuhan psikologis. Variabel ini sangat penting diproses keputusan pembelian, dikarenakan pelayanan pelanggan yang memuaskan akan mempengaruhi pembelian berulang, sehingga meningkatkan pendapatan penjualan. Selain kualitas layanan yang diberikan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, inovasi produk juga dapat digunakan sebagai ide atau strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2009), inovasi merupakan hal baru yang belum pernah muncul sebelumnya, ada dalam bentuk pandangan, ide, produk, dan layanan, dan inovasi tidak terbatas. *Boy's Cake and Bakery* merupakan salah satu produk roti asli asal dalam negeri yang didirikan pada bulan April 2014 di Jl. Solo-Tawangmangu Km.7, Triyagan, Mojolaban, Sukoharjo oleh Ibu Tri Setyo Yunianti. Sebelumnya Ibu Yuni terlebih dahulu merintis usaha *home industry* bernama Roti Alin's yang menjual berbagai macam roti rumahan. Namun, karena seiring banyaknya permintaan dari konsumen untuk membuat jenis roti yang lebih kreatif, maka dari itu Ibu Yuni akhirnya mendirikan *Boy's Cake and Bakery*. Saat ini *Boy's Cake and Bakery* yang berpusat di Jl. Solo-Tawangmangu KM.7 telah memiliki satu cabang di Pasar Ir. Soekarno Sukoharjo, Kios Pasar No.636, Sukoharjo.

Berdasarkan hasil survey lapangan yang telah dilakukan sebelumnya, maka penelitian ini akan berfokus pada *Boy's Cake and Bakery*. Berdasarkan tabel dan juga data grafik mengenai penjualan di Tabel 1.1 *Boy's Cake and Bakery* dalam kurun waktu 4 tahun (2016–2019), penjualan tertinggi terjadi pada tahun 2017 dan terjadi arus penjualan yang cukup fluktuatif karena di tahun terakhir yaitu tahun 2019 terjadi penurunan yang cukup signifikan dilihat dari data penjualan. Hal tersebut menandakan bahwa terdapat permasalahan tertentu yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dan pihak *Boy's Cake and Bakery* mengatakan bahwa kemungkinan penurunan disebabkan karena adanya pelayanan

yakni pesanan yang seringkali tidak tercatat dan juga pesanan yang telat dimana hal tersebut menyebabkan pelanggan menunggu dan juga selain itu varian produk yang dimiliki *Boy's Cake and Bakery* juga belum sebanyak pesaingnya. Hal ini juga didukung dengan prasurvei yang dilakukan peneliti terhadap pesaing dari toko *Boy's Cake and Bakery*. Hasil survey pendahuluan terlihat bahwa masih masing-masing toko roti memiliki ciri khas berbeda-beda dari segi varian produk. Hal ini dikarenakan setiap toko roti memiliki ciri khas yang berbeda dan juga *standar operating procedure* yang berbeda. Namun dapat dilihat dapat dilihat melalui tabel di atas bahwa keunggulan dari *Boy's Cake and Bakery* memiliki jam operasional yang buka lebih pagi dan juga jumlah varian cake yang lebih banyak. Pengambilan keputusan pembelian produk juga tidak luput dari pengaruh inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam melakukan pembelian konsumen cenderung menginginkan variasi produk yang berbeda dalam sekali pembelian. Kesan pertama mengenai variasi produk dalam pembelian juga memiliki peranan yang cukup penting untuk menentukan keputusan konsumen.

Boy's Cake and Bakery ialah perusahaan yang berdiri pada tahun 2014 dan telah mampu bertahan hingga saat ini di saat persaingan yang semakin ketat. Pertanyaan penelitian yang diangkat yakni:

1. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen di *Boy's Cake and Bakery*?
2. Apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen di *Boy's Cake and Bakery*?
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di *Boy's Cake and Bakery*?

Kerangka Teori

Menurut Zethaml, Parasuraman dan Berry (1985) Kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik suatu layanan memenuhi harapan pelanggan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan terbagi menjadi sebagai berikut: (1) Kebersihan keseluruhan ruangan (Furnitur toko, peralatan toko, kebersihan lantai dan tempat sampah) (2) Kondisi kenyamanan ruangan toko (ac, pencahayaan dan wangi ruangan) (3) Kemudahan dalam pelayanan pesan antar (4) Produk yang dijual tidak kadaluwarsa (5) Cita rasa produk yang baik (6) Ketersediaan variasi produk yang baik (7) Kecepatan karyawan melayani konsumen (8) Kecepatan karyawan dalam menanggapi dan menangani keluhan dan kritik konsumen (9) Keakuratan dalam pencatatan pesanan (10) Pengetahuan karyawan mengenai produk yang dijual (11) Kesesuaian jam operasi toko sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen (12) Kemudahan konsumen dalam menghubungi karyawan (13) Memberikan layanan yang sama kepada semua konsumen

Kotler (2007) mengemukakan bahwa inovasi produk merupakan kombinasi dari berbagai proses yang saling mempengaruhi. Indikator yang digunakan untuk mengukur inovasi produk terbagi menjadi sebagai berikut: (1) Pengembangan produk roti yang menjadi lebih berkualitas (2) Kemampuan menciptakan bentuk yang bervariasi dan menarik (3) Kemampuan menciptakan varian rasa yang lebih beragam (4) Keberhasilan dari menciptakan inovasi bentuk dan rasa yang dapat diterima konsumen

Kotler (2009), yang dimaksud dengan keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian terbagi menjadi berikut: (1) Konsumen yakin dalam melakukan pembelian produk di *Boy's Cake and Bakery* (2) Frekuensi pembelian produk di *Boy's Cake*

and Bakery dalam 6 bulan terakhir (3) Jumlah nilai pembelian produk di *Boy's Cake and Bakery* (4) Kesiapan konsumen merekomendasikan produk *Boy's Cake and Bakery* kepada orang lain

Hipotesis Penelitian

- H1 : Diduga ada pengaruh positif Kualitas Pelayanan dan juga Keputusan Pembelian di *Boy's Cake and Bakery*.
- H2 : Diduga ada pengaruh positif Inovasi Produk dan juga Keputusan Pembelian di *Boy's Cake and Bakery*.
- H3 : Diduga ada pengaruh positif Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di *Boy's Cake and Bakery*

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tipe penelitian eksplanatori. *Explanatory research* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih dan menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga dilakukan pengujian hipotesis yang diajukan, yang bahkan memperkuat penelitian yang ada. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen *Boy's Cake and Bakery* Mojolaban, Sukoharjo dan jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka dapat dijadikan sampel sebanyak 100 orang, karena besarnya populasi yang pasti dalam penelitian ini belum pasti. Teknik *Purpose Sampling* dan *Accidental Sampling*. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu sampel ditentukan berdasarkan pertimbangan penentuan dan *accidental sampling*. *Accidental sampling* artinya dalam metode pengambilan sampel ini anggota sampel adalah konsumen. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui analisis SPSS versi 20.0.

Hasil Dan Pembahasan

Berikut ini merupakan hasil dan juga pembahasan dari studi yang sudah dilakukan yaitu sebagai berikut:

Hipotesis 1, membuktikan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, hal itu terbukti dari total nilai t-hitung (4,882) > t-tabel (1,9845), yang mana menunjukkan apabila kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Uji tersebut diperkuat dengan koefisien determinasi sebesar 19,6%. Serta terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Husfah pada tahun 2018 dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian *Dea Cake and bakery*. Dengan hasil penelitian yakni kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Dea Cake and bakery* Kepanjen-Malang. Serta terdapat teori dari Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan (Zethmal, Pasuraman dan Berry, 1985)

Hipotesis 2, membuktikan bahwa adanya pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian, hal itu terbukti dari total nilai t-hitung (6,706) > t-tabel (1,9845), yang mana menunjukkan apabila inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Uji tersebut diperkuat dengan koefisien determinasi sebesar 31,5 %. Serta terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Susanto pada tahun 2017 dengan judul Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Toko Roti dan Kue Ferissa Bantul Yogyakarta. Dengan hasil penelitian yakni inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di toko roti dan kue Ferissa Bantul Yogyakarta. Serta terdapat teori dari Inovasi produk merupakan gagasan baru yang digunakan untuk memperbaiki jenis dari sebuah jenis produk ataupun jasa (Robbin, 2014).

Hipotesis 3, membuktikan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi

produk terhadap keputusan pembelian dengan F hitung (22,813) > F tabel (3,09) yang berarti Kualitas pelayanan dan Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian tersebut juga diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi sebesar 32%.

Kesimpulan

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Boy's Cake and Bakery (Y). Hal tersebut terlihat jelas dengan menghitung nilai t sebanyak 4,882 yang lebih daripada t tabel 1,9845. Kualitas pelayanan dalam rekapitulasi jawaban responden memiliki nilai rata-rata sangat baik, dengan skor rata-rata 4,09. Meskipun baik, masih perlu ditingkatkan dalam beberapa indikator yakni kenyamanan ruangan toko, kemudahan dalam layanan pesan antar, cita rasa produk, ketersediaan produk, kecekatan karyawan dalam melayani dan meresponi keberatan serta kritik konsumen, pengetahuan karyawan mengenai produk yang dijual, kesesuaian jam operasi, kemudahan dalam menghubungi karyawan dan memberikan layanan yang sama kepada konsumen.
2. Variabel inovasi produk (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di *Boy's Cake and Bakery* (Y). Hasil perhitungan t hitung 6,706 membuktikan hal ini lebih daripada dari t tabel sebanyak 1,9845. Sehingga inovasi produk berada pada kategori baik dengan skor 3,96. Inovasi produk yang telah dilakukan oleh perusahaan dinilai sudah dalam kategori baik, namun sebenarnya masih bisa ditingkatkan lagi pada segi menciptakan variasi rasa agar lebih beragam.
3. Variabel kualitas pelayanan dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan penting terhadap keputusan pembelian Boy's Cake and Bakery. Namun variabel yang paling berpengaruh adalah variabel kualitas pelayanan.

Saran

1. Kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh *Boy's Cake and Bakery* sudah baik, namun *Boy's Cake and Bakery* perlu mempertahankan dan meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang diberikan, terutama dalam indikator yang memiliki nilai dibawah rata-rata yaitu, X1.2, X1.3, X1.5, X1.6, X1.8, X1.10, X1.11, X1.12, dan X1.3 mulai dari meningkatkan kenyamanan ruangan toko, layanan pesan antar yang dipermudah, memiliki ciri khas cita rasa produk yang unik, lebih memperhatikan kesediaan produk yang di etalase, memperlcepat layanan untuk konsumen baik dalam menanggapi dan juga mengatasi keluhan konsumen, lebih mengenal lagi mengenai spesifikasi produk yang dijual, lebih memperhatikan kembali kepada jam operasional yang sudah tertera, memperlcepat lagi komunikasi antara konsumen dan karyawan agar konsumen dapat meningkatkan kembali pembelian yang akan dilakukan karena semua aspek sudah mendukung untuk membeli di *Boy's Cake and Bakery*.
2. Inovasi produk yang ditawarkan oleh *Boy's Cake and Bakery* sudah dalam kategori baik, namun masih perlu peningkatan. Terdapat satu indikator yang memiliki nilai dibawah rata-rata, yaitu X2.3. Dimana pihak *Boy's Cake and Bakery* disarankan untuk lebih meningkatkan kemampuan menciptakan variasi rasa yang lebih beragam, dengan cara melakukan survey mengenai variasi yang lebih diinginkan konsumen saat ini dan juga melakukan observasi mengenai *trend* masa kini sehingga masyarakat lebih dapat menerima bentuk dan juga rasa yang telah dibuat oleh *Boy's Cake and Bakery* agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat memperbaiki keterbatasan dalam penelitian ini karena diketahui bahwa banyak variabel diluar penelitian ini yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu sebesar 32% dengan menggunakan variabel diluar penelitian

ini atau dengan mengkombinasikan variabel ini dengan variabel lain seperti harga, kualitas produk dan *Brand Trust*.

4. Manajemen Boy's Cake and Bakery perlu melakukan penelitian lebih lanjut mengenai variabel independen lain selain variabel kualitas pelayanan dan inovasi produk yang dapat mempengaruhi perbaikan keputusan pembelian.

Daftar Referensi

- Alma, buchari. 2008. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta
- Alma, buchari. 2009. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta
- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Cetakan pertama. Penerbit Graha Ilmu Jakarta.
- Ardiantika, d.b.c. And rachmi, a., 2018. Pengaruh inovasi produk dan brand image terhadap keputusan pembelian pada olivia *cake and bakery* mojokerto. *Jurnal aplikasi bisnis*, 3(1), pp.86-92.
- Arikunto, s. (2013). *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asri, marwan. 2003. *Marketing*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Azwar s. 2013. *Sikap manusia: teori dan pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Basu swastha, dan irawan. 2003. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta
- Bilsonsiamora. 2003. *memenangkan pasar dengan pemasaran yang efektif dan profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Daryanto. 2011. *Manajemen pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dharmawan, d. And berlianto, m.p., 2018, october. Analisis pengaruh kualitas produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian smartphone. In *prosiding seminar nasional: manajemen, akuntansi, dan perbankan* (vol. 1, no. 1, pp. 138-153).
- Firatma, m.d. And maskan, m., 2017. Pengaruh inovasi produk dan promosi penjualan terhadap keputusan konsumen pada *dea cake and bakery* Malang. *Jurnal aplikasi bisnis*, 2(1), pp.73-76.
- Ghozali, imam. 2006. *Aplikasi analisis multivariate dengan program spss*. Cetakan keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, imam. 2011. "aplikasi analisis multivariate dengan program spss". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husfah, F.M. and Hadi, M., 2018. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *dea cake and bakery* Kepanjen-Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(2), pp.461-466.
- Ismail, azman, sufardi, yusrizal, yunan, mohd. 2016. Service quality as a predictor of customer satisfaction and customer loyalty. Vol 12 pages 269-283. *Faculty of economics & management*. Universiti Kebangsaan Malaysia
- Keegan, w. J., & green, m. C. (2015). *Global marketing*. London: pearson education limited.

- Kim, wonyoung, park, hee-seork, choi, wanyong, jun, homun. 2017. The relationships between service quality, satisfaction, and purchase intention of customers at non-profit business. *International journal of business marketing and management (ijbmm)*. Vol 2.
- Kosasih, sobarsa. 2009. Manajemen operasi internasional. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kotler dan keller, (2012:27). Manajemen pemasaran edisi ketigabelas jilid 1 dan 2 dialih bahasakan oleh bob sabran, Jakarta: Erlangga
- Kotler dan keller. 2009. Manajemen pemasaran. Jilid i. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- Kotler, philip and gary armstrong. 2012. Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan bob sabran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, philip dan keller, 2007, manajemen pemasaran, jilid i, edisi kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler. 2009. Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran) dr. M.anang firmansyah, s.e., m.m. . Surabaya: Deepublish Publisher
- Li, C.H. and Wang, H.B., 2014. Exploring the Relations between Service Quality and Consumer Behaviors-A case study of 85 C Bakery Café from Taiwan. *International Journal of Organizational Innovation (Online)*, 6(3), p.31.
- Loudon, consumer behavior edisi 3, new york, mc graw hill book company, 1988. Halaman 8
- Lovelock, c., dan gummesson. (2012). Pemasaran jasa (seventh ed.). Erlangga.
- Machfoedz, mahmud. 2005. Pengantar pemasran modern. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Mangkunegara, Prabu Anwar. 2002. Perilaku Konsumen. Edisi Revisi. cetakan kedua. PT. Refika Aditama Bandung.
- Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran).m anang firmansyah. 2018. Cv budi utama. Yogyakarta.
- Rahayu, a. (2009). Pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal strategic*, 8.
- Robbins, Stephen P. & Mary Coulter. 2014. Manajemen jilid 1 (edisi 10). Jakarta: Erlangga
- Siagian, sondang p. 2015. Manajemen sumber daya manusia. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. 2007. Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d. Bandung: alfabet.
- Sugiyono. 2010. Metode penelitian administratif. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, tatik. 2012. Perilaku konsumen, implikasi pada strategi pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tjiptono, fandy, 2008 strategi pemasaran, edisi iii, Yogyakarta: CV. Andi Offset: Yogyakarta
- Tjiptono, fandy, 2009. Strategi pemasaran jasa. CV. Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, fandy. 2005. Strategi pemasarani. Edisi kedua. Yogyakarta: CV.andi offset
- Tjiptono, fandy. 2007. Strategi pemasaran. Yogyakarta: CV.andi ofset
- Tjiptono, fandy. 2014. Pemasaran jasa. Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, fandy. 2014. Pemasaran jasa. Andi: yogyakarta

Umar, husein. 2005. Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Zeithaml, v. Parasuraman, a. And l. Berry l. 1985. "problems and strategies in services marketing". *Jurnal of marketing* vol. 49