

LOYALITAS PELANGGAN YANG DIPENGARUHI OLEH *RESTAURANT SERVICE QUALITY* YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN DAPUR DIPO PEKANBARU

Miftahurrahmi Hamid¹⁾, Gatot Wijayanto²⁾, Sri Restuti²⁾

1) Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

Email : miftahurrahmihamid@gmail.com

Customer Loyalty Influenced by Restaurant Service Quality Mediated by Customer Satisfaction Dapur Dipo Pekanbaru

ABSTRACT

The importance of customer satisfaction in order to create loyalty (loyalty) to a product or service, the restaurant must be able to increase customer satisfaction with various strategies. The purpose of this study was to explain how Restaurant Service Quality affects customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. This research was conducted in the city of Pekanbaru, Dapur Dipo Restaurant as the object of research. This study uses a quantitative approach with a sample of 110 respondents who are customers of the Dapur Dipo Restaurant. Sampling using non-probability sampling with purposive sampling technique. The research model used a questionnaire and analyzed using SEM and PLS. The result of this study indicate that Restaurant Service Quality mediated by customer satisfaction has an effect on customer loyalty.

Keywords: Restaurant Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner pada saat ini dapat dikatakan berkembang dengan sangat pesat, dan salah satunya adalah bisnis rumah makan. Rumah makan dengan sangat mudah dijumpai di sekitar kita berbagai jenis dan rupa. Bisnis rumah makan memang semakin tumbuh subur seiring dengan perkembangan jumlah penduduk dan gaya hidup masyarakat yang ingin

serba cepat tersaji. Sadar atau tidak, dengan pertumbuhan penduduk yang semakin banyak tentu saja akan meningkatkan kebutuhan pangan yang harus disediakan.

Kota Pekanbaru merupakan kota yang letaknya cukup strategis yang mampu menjadi pusat perdagangan dan industri di Provinsi Riau, oleh karena itu Kota Pekanbaru menjadi kota yang cukup berkembang dari tahun ketahun, dilihat dari semakin padatnya

penduduk di Kota Pekanbaru. Berikut grafik pertumbuhan penduduk di Kota Pekanbaru:

Sebagai salah satu daerah yang memiliki jumlah penduduk yang terus meningkat dari tahun ke tahun, maka kebutuhan penduduk Kota Pekanbaru akan tempat makan yang praktis tentu saja mengalami peningkatan. Perkembangan usaha *food service* ini seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Hal ini sering dihubungkan dengan pekerja atau seseorang yang sibuk melakukan aktivitas di luar rumah, baik itu pria maupun wanita yang selalu mencari sesuatu yang bersifat praktis dan instan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Salah satunya dengan mencari makanan dan minuman di luar rumah. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan rumah makan dan restoran yang ada. Setiap tahunnya selalu ada restoran atau rumah makan baru berdiri di Kota Pekanbaru.

Salah satu di antaranya adalah Dapur Dipo Pekanbaru. Dapur Dipo merupakan salah satu restoran yang berada di pusat kota, tepatnya di jalan Diponegoro Pekanbaru. Dapur Dipo berdekatan dengan berbagai kantor atau instansi pemerintah, sekolah, Universitas Riau, STIE Persada Bunda, dan perbankan.

Disaat persaingan semakin kuat, produsen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan menawarkan berbagai variasi produknya, dampaknya pelanggan

memiliki berbagai pilihan, dengan kualitas produk dan pelayanan yang berbeda-beda, yang mendorong setiap restoran harus menempatkan orientasinya pada loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan pembelian ulang sebuah merek secara konsisten oleh pelanggan. Istilah loyalitas sudah sering diperdengarkan oleh pakar marketing maupun praktisi bisnis, loyalitas merupakan konsep yang tampak mudah dibicarakan dalam konteks sehari-hari, tetapi menjadi lebih sulit ketika dianalisis maknanya. Diantara indikasi Loyalitas pelanggan adalah *Makes regular repeat purchase* (melakukan pembelian ulang secara teratur) dan *refers others* (memberikan referensi pada orang lain).

Dengan pembelian yang teratur, maka pelanggan akan rutin mengkonsumsi produk tersebut. Selain itu, rekomendasi dari pelanggan yang loyal tentu saja akan meningkatkan jumlah pelanggan di Dapur Dipo, sehingga seharusnya penjualan Dapur Dipo terus menunjukkan peningkatan. Namun pada kenyataannya penjualan Dapur Dipo cenderung mengalami penurunan. Dapur Dipo mengalami penurunan penjualan dari tahun 2016 hingga tahun 2019. Selain itu penurunan terbesar terjadi sejak tahun 2017 hingga tahun 2019. Jika kondisi penjualan terus menunjukkan penurunan, maka tidak menutup kemungkinan usaha Dapur Dipo

suatu saat akan tutup. Oleh karena itu, harus diantisipasi dengan mencari berbagai faktor yang dapat menyebabkan penurunan atau peningkatkan jumlah penjualan.

Penurunan penjualan ini merupakan salah satu indikasi penurunan loyalitas pelanggan, karena banyak pelanggan yang pindah ke restoran lainnya. Sehingga Dapur Dipo harus mampu untuk mencari cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan tersebut. Salah satu langkah yang bisa dilakukan restoran adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggan, karena pelanggan yang merasa puas pada suatu produk/jasa yang dibeli dan digunakan akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan atau membangun kesetiaan pelanggan. (Assauri, 2012:11).

Melihat fenomena tentang loyalitas pelanggan yang terus menurun dan juga kepuasan pelanggan yang masih kurang baik, maka sudah seharusnya Dapur Dipo Pekanbaru mencari berbagai faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan juga loyalitas pelanggan, agar Dapur Dipo tetap bisa bersaing dengan restoran-restoran lainnya. Secara teoritis banyak sekali faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, diantaranya adalah: 1) Kualitas Makanan. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa makanan yang disajikan baik.

2) Kualitas Pelayanan. upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007:83). 3) Kualitas Lingkungan Fisik. Upaya menciptakan kepuasan dan menjaga loyalitas konsumen dengan memberikan fasilitas yang baik. Ketiga faktor tersebut adalah bagian dari *restaurant service quality* menurut penelitian dari Kisang Ryu and Heesup Han, (2010) begitu juga penelitian Kisang Ryu, Hye Rin Le dan Woo Gon Kim (2012).

Penelitian ini diperkuat dengan hasil pra survey terhadap 30 pelanggan. Berdasarkan hasil pra survey terhadap 30 pelanggan, bahwa tingkat kepuasan pelanggan dapur dipo masih kurang baik, kemudian hasil pra survey terhadap 30 pelanggan dapur dipo terhadap *Restorant Service Quality* sebesar 57% pelanggan tidak setuju terhadap *restaurant service quality* dapur dipo, artinya Dapur Dipo masih memiliki permasalahan terhadap *restaurant service quality*. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, pada akhirnya penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Restaurant Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan Dapur Dipo Pekanbaru?
2. Bagaimana pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas

Pelanggan Dapur Dipo Pekanbaru ?

3. Bagaimana pengaruh *Restaurant Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Dapur Dipo Pekanbaru ?

TELAAH PUSTAKA

Restaurant Service Quality

Tjiptono (2007), mendefinisikan kualitas sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Baru-baru ini, beberapa penelitian menunjukkan bahwa makanan, lingkungan fisik, dan layanan karyawan harus berfungsi sebagai komponen penting dari pengalaman restoran dalam membentuk persepsi tentang kualitas layanan dalam sebuah industri restoran). Kisang Ryu , Hye-Rin Lee , Woo Gon Kim (2012) mengukur *Restaurant Service Quality* dalam industri restoran, menggunakan tiga komponen, Yaitu :

1. Kualitas makanan
2. Kualitas layanan
3. Kualitas Lingkungan fisik.

Kepuasan Pelanggan

Kotler & Keller (2009: 179) Kepuasan Pelanggan yaitu perasaan pelanggan yang puas atau kecewa atas hasil dari membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk

atau hasil dalam kaitannya dengan ekspektasi pelanggan.

Kotler & Keller (2009: 179) menyatakan bahwa terdapat beberapa indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan,:

1. Setia lebih lama
2. Membeli lebih banyak
3. Membicarakan hal-hal positif tentang produk
4. Tidak peka terhadap harga
5. Menawarkan ide kepada perusahaan.

Loyalitas Pelanggan

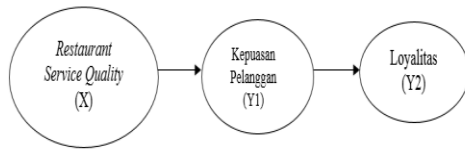
Menurut Griffin (2009) Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih.

Menurut Griffin (2009: 31) pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*makes regular repeat purchase*).
2. Membeli di luar lini produk/jasa (*purchases across product and service lines*).
3. Mereferensikan toko kepada orang lain, artinya menarik pelanggan baru untuk perusahaan (*refers other*).
4. Menunjukkan kekebalan daya tarik dari pesaing (*Demonstrates immunity to the full of the competition*).

Hipotesis

Gambar 1 Model Penelitian



Berdasarkan model penelitian diatas maka, hipotesis pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H1: *Restaurant Service Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
- H2: Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Dapur Dipo Pekanbaru.
- H3: *Restaurant Service Quality* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Dapur Dipo Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Dapur Dipo Pekanbaru yang telah berkunjung lebih dari satu kali, karena pelanggan yang datang lebih dari satu kali dapat dikatakan dia loyal terhadap Dapur Dipo Restoran.

. Metode sampel menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016:85)

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Hair et al (2010). Dengan menggunakan rumus tersebut maka sampel yang diperoleh 110 responden. Dalam penelitian ini konsumen yang dipilih sebagai responden adalah:

1. Pelanggan Dapur Dipo Pekanbaru yang pernah berkunjung lebih dari satu kali.
2. Umur 17 tahun keatas.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan alat berupa WarpPLS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Konvergen

Tabel 1 Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Loading Factor	Nilai Kritis	Ket
Restaurant Service Quality	RSQ 1	0,732	0,7	Valid
	RSQ 2	0,765	0,7	Valid
	RSQ 3	0,781	0,7	Valid
	RSQ 4	0,753	0,7	Valid
	RSQ 5	0,723	0,7	Valid
	RSQ 6	0,829	0,7	Valid
	RSQ 7	0,739	0,7	Valid
	RSQ 8	0,720	0,7	Valid
	RSQ 9	0,793	0,7	Valid
	RSQ 10	0,797	0,7	Valid
	RSQ 11	0,783	0,7	Valid
	RSQ 12	0,790	0,7	Valid
	RSQ 13	0,829	0,7	Valid
	RSQ 14	0,718	0,7	Valid
Kepuasan Pelanggan	KP1	0,747	0,7	Valid
	KP2	0,764	0,7	Valid
	KP3	0,834	0,7	Valid
	KP4	0,758	0,7	Valid
Loyalitas Pelanggan	LP1	0,864	0,7	Valid
	LP2	0,744	0,7	Valid
	LP3	0,737	0,7	Valid
	LP4	0,789	0,7	Valid

Sumber : Data Olahan WarpPLS, 2021

Dari tabel 1 tersebut dapat diketahui bahwa indikator masing-masing konstruk memberikan nilai *convergent validity* yang tinggi, yaitu semua di atas 0.70. Hasil ini memberikan makna bahwa indikator menunjukkan *concergent validity* yang baik.

Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Tabel 2 Uji Validitas Diskriminan

Variabel	Indikator	RSQ	KP	LP
Restaurant Service Quality	RSQ 1	0,732	-0,139	-0,099
	RSQ 2	0,765	-0,138	0,096
	RSQ 3	0,781	-0,166	-0,011
	RSQ 4	0,753	0,026	0,246
	RSQ 5	0,723	0,048	0,242
	RSQ 6	0,829	-0,334	-0,269
	RSQ 7	0,739	-0,118	0,040
	RSQ 8	0,720	-0,270	0,378
	RSQ 9	0,793	-0,140	0,324
	RSQ 10	0,797	0,155	-0,221
	RSQ 11	0,783	0,119	0,124
	RSQ 12	0,790	0,460	-0,059
	RSQ 13	0,829	-0,334	-0,269
	RSQ 14	0,718	0,906	-0,471
Kepuasan Pelanggan	KP1	-0,115	0,747	0,207
	KP2	0,165	0,764	0,044
	KP3	-0,190	0,834	0,223
	KP4	0,156	0,758	-0,493
Loyalitas Pelanggan	LP1	-0,002	-0,025	0,864
	LP2	0,028	-0,436	0,744
	LP3	-0,136	0,277	0,737
	LP4	0,104	0,180	0,789

Sumber : Data Olahan WarpPLS, 2021

Pada Tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai korelasi seluruh indikator dari masing-masing konstruk mempunyai korelasi yang tinggi terhadap variabel konstraknya. Hal ini menjelaskan bahwa seluruh indikator yang ada pada masing-masing variabel konstruk memenuhi persyaratan validitas diskriminan.

Tabel 3 Uji Validitas Square Root Of Average (AVE)

Variabel	RSQ	KP	LP	Ket
Restorant Service Quality	0,769	0,700	0,713	Valid
Kepuasan Pelanggan	0,700	0,776	0,728	Valid
Loyalitas Pelanggan	0,713	0,728	0,785	Valid

Sumber : Data Olahan WarpPLS, 2021

Pada Tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa nilai *square root* atas AVE sepanjang garis diagonal lebih besar korelasinya antara satu konstruk dengan yang lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki tingkat validitas yang baik.

Uji Reliabilitas

Tabel 4 Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Restorant Service Quality	0,946	0,953
Kepuasan Pelanggan	0,780	0,858
Loyalitas Pelanggan	0,791	0,865

Sumber : Data Olahan WarpPLS, 2021

Dari Tabel 4 diatas menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* untuk semua konstruk adalah di atas 0,7 dan *cronbach's alpha* > 0,6 yang menunjukkan bahwa semua konstruk pada model yang diestimasi memenuhi kriteria (*reliable*).

Model Struktural (*Inner Model*)

Tabel 5 R square

Struktur	R Square
Kepuasan Pelanggan	0,510
Loyalitas Pelanggan	0,538

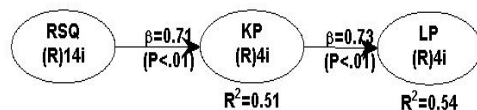
Sumber : Data Olahan WarpPLS, 2021

Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Diperoleh nilai R Square Kepuasan Pelanggan sebesar 0,510. Artinya adalah sebesar 51% variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh *Restaurant Service Quality*. Kemudian diperoleh nilai R Square Loyalitas Pelanggan sebesar 0,538. Artinya adalah sebesar 53,8% variabel Loyalitas Pelanggan dipengaruhi oleh Kepuasan Pelanggan.

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil data yang berupa Gambar sebagai berikut:

Gambar 2 Gambar Model Struktural



Sumber : Data Olahan WarpPLS, 2021

Suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikansinya. Tingkat signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Sehingga sebagai dasar pengambilan keputusan jika $p\text{-value} \leq 0.05$, maka hipotesis

diterima, $p\text{-value} > 0.05$, maka hipotesis ditolak.

Sedangkan untuk membuktikan pengaruh tidak langsung, maka perlu dilihat nilai *indirect effect* dan *total effect* dengan kriteria apabila nilai koefisien jalur total (*total indirect effect*) positif dengan nilai $p (< 0.05)$, maka terdapat pengaruh tidak langsung. Sedangkan jika nilai koefisien jalur total (*total indirect effect*) negatif dengan nilai $p (> 0.05)$ maka tidak terdapat pengaruh tidak langsung. Sedangkan *effect size* dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu lemah (0.02), medium (0.15), dan besar (0.35) (Kock, 2013; Hair *et.all*, 2013 dalam Sholihin, Ratmono, 2013:64).

Berikut ini Tabel hasil penelitian yang telah diperoleh berdasarkan pengolahan data:

Tabel 6 Hasil Uji Pengaruh secara Langsung dan Tidak Langsung

Pengaruh	Path Coefficients	Effect Size	P Value	Hasil
<i>Restaurant Service Quality</i> → Kepuasan Pelanggan	0,714	0,510	<0,001	Diterima
Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan	0,733	0,538	<0,001	Diterima
<i>Restaurant Service Quality</i> → Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan	0,524	0,374	<0,001	Diterima

Sumber : Data Olahan WarpPLS, 2021

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat disimpulkan bahwa semua hipotesis penelitian diterima.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Restaurant Service Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan
2. Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Dapur Dipo Pekanbaru.
3. *Restaurant Service Quality* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Dapur Dipo Pekanbaru.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Dapur Dipo Pekanbaru
 - a. Pentingnya memberikan pengarahannya dan motivasi kepada karyawan, memperbarui informasi kepada karyawan mengenai menu sehingga karyawan dapat menjelaskan dengan yakin kepada konsumen sehingga konsumen tidak ragu dalam melakukan pemesanan, memberikan *soft skill* agar karyawan selalu ramah dan

memahami keinginan konsumen serta mengevaluasi hasil kerja untuk perbaikan dimasa berikutnya.

- b. Agar Dapur Dipo dapat menyediakan sarana seperti kotak saran sehingga pelanggan memiliki akses untuk menyampaikan kritik dan saran mereka.
- c. Dapur Dipo dapat mempertahankan menu andalan yang lezat dan bergizi sehingga diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan ingin mengunjungi Dapur Dipo kembali.

2. Peneliti Selanjutnya

Untuk menggunakan metode lain seperti wawancara serta angket terbuka dalam penelitian, agar data yang diperoleh sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Disamping itu juga perlu menambahkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan berdasarkan karakteristik serta alat analisis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofyan. 2012. *Strategic Marketing : Sustaining lifetime*

- customer value*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Griffin, Jill. 2009. *Customer Loyalty: How to Learn It, How to Keep It*. Jakarta. Erlangga
- Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks,.
- Laksana, Fajar. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lestari Ani, Yulianto Edi. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan Citra Kenedes Cake & Bakery Jl. S. Hatta B3 Kav. A, Kota Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 54 No. 1
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Mattila, Anna S. 2001. *Congruency of scent and music as a driver of in-store evaluations and behavior*. The School of Hotel, Journal of Restaurant and Recreation Management 273–289.
- Mandey, Silvy I, Dkk. 2019. *Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Royal's Resto and function Hall di kota Ternate*. Ternate : Jurnal EMBA Vol 7, pp 871-880.
- Mizenur, Mohammad, et. al., 2011. *Measuring Service Quality using ServQual Model : A Study on PCBs (Private Commercial Banks) in Bangladesh*. Journal Business Management Dynamics, Vol.1, No.1, pp 01 –11.
- Molle, Meylisa A. 2019. *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap loyalitas Konsumen Pada Royal's Resto and Function Hall di Kota Ternate*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Vol.7No.1 Januari 2019, Hal.871 –880.
- Ryu, Kisang, and Heesup Han. 2010. *Influence of The Quality of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Quick-Casual Restaurant: Moderating Role of Perceived Price*, Journal of Hospitality and Tourism Research, Vol. 34, No. 3, pp. 310-329
- Ryu, Kisang, Hye-Rin Lee, and Woo Gon Kim. 2012. *The Influence of The Quality of The Physical Environment, Food, and*

Service on Restaurant Image, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 24, No. 2, pp. 200-223

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: PT Alfabet.

Sholihin, Mahfud dan Dwi Ratmono. 2013. Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0. Yogyakarta: Penerbit ANDI