
Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Desa (Studi Kasus Pada Konsumen UMKM Keripik Buah UD. Tiga Saudara Desa Tempurejo, Kecamatan Tempursari, Kabupaten Lumajang)

Taufiqurrohman*

Agus Widarko**

Alfian Budi Primanto***

Universitas Islam Malang

Taufikrohman12@gmail.com

Abstract

Indonesia has many natural resources in abundance. Indonesian people are required to take advantage of existing natural products, by making food or other products and can be a source of community income. With the revolution era that is constantly rolling, all aspects of human needs are assisted by sophisticated technology so that it is easier to sell a product. MSME are examples of businesses that utilize natural products. Armed with quality service and good quality, so that it can create purchasing decisions. Therefore, this study was conducted to determine and analyze the effect of Service Quality and Product Quality on Village MSME Product Purchase Decisions. The case study in this research is MSME UD. Tiga Saudara consumers. The sample in the study used purposive sampling technique and a sample of 100 respondents could be obtained. Methods of data collection using a questionnaire. Multiple linear regression analysis is an analytical technique used in this study. This research shows that there is a simultaneous influence between service quality and product quality which has a significant effect on purchasing decisions. And also partially service quality has a significant effect on purchasing decisions, while product quality has no significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Purchase Decisions, Service Quality, Produk Quality

Pendahuluan

Latar Belakang

Indonesia saat ini sudah menapaki era industri 4.0 dengan teknologi yang serba canggih. Hal ini ditandai dengan bisnis yang kesehariannya mulai menerapkan digitalisasi yang menjadikan semua serba mudah. Namun, masih banyak masyarakat yang belum menyadari konsekuensi yang diterima dan juga beberapa dampak dari perubahan yang ditimbulkan. Oleh sebab itu masyarakat perlu belajar akan adanya perkembangan revolusi industri 4.0 agar tidak tertinggal (Yumsa, 2020). Perkembangan revolusi industri yang pesat menciptakan pola hidup masyarakat Indonesia menjadi serba instan. Di era revolusi industri 4.0 yang berkembang pesat pemasaran online menjadikan hal yang saat ini sangat digandrungi guna menjual produk produk yang di produksi. UMKM yang saat ini menguasai pasar mulai dari desa hingga perkotaan. UMKM yang didirikan harus memperhatikan barang yang ia jual guna menarik perhatian konsumen untuk tertarik membeli dan menjadi pelanggan setia. Selain menyimpan banyak kekayaan alam yang patut dijaga, Indonesia sangat kaya akan kuliner daerah yang dijual oleh UMKM mulai dari pedesaan hingga kota perkotaan sekalipun. Hal tersebut terbukti dengan begitu banyaknya wisatawan mancanegara yang tertarik akan kuliner atau produk yang dijual oleh UMKM yang tersebar Indonesia.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah bisnis berskala kecil yang dari dulu mampu membantu perekonomian Indonesia dan menjadikan perekonomian Indonesia tertolong. Pada tahun 1998 sampai 2000-an merupakan suatu keadaan dimana perekonomian Indonesia

sedang terpuruk dan UMKM mampu bertahan pada krisis dimana puluhan perusahaan mengalami kebangkrutan (Manurung, 2008:2). Salah satu daerah di Indonesia yang berusaha menunjukkan adanya pelaku UMKM di tengah masyarakatnya yang bermata pencarian sebagai petani, nelayan, dan pedagang ialah UMKM Keripik Buah UD. Tiga Saudara Desa Tempurejo, Kecamatan Tempursari, Kabupaten Lumajang, Provinsi Jawa Timur. Terletak 35 KM dari alun alun Lumajang, Daerah pelosok yang berbatasan dengan Desa Lebakharjo, kabupaten Malang. Keripik Buah UD. Tiga Saudara Desa Tempursari, Kecamatan Tempursari, Kabupaten Lumajang merupakan salah satu UMKM yang memanfaatkan hasil alam yaitu pisang yang merupakan ikon dari Kabupaten Lumajang, salak, dan juga nangka. Desa Tempurejo dengan mata pencarian terbesar penduduknya adalah petani, nelayan dan pedagang menjadikan masyarakatnya tumbuh ide-ide baru untuk berkreasi dan menghasilkan suatu produk salah satunya ialah UMKM Keripik Buah UD. Tiga Saudara ini. UMKM Keripik Buah UD. Tiga Saudara ini merupakan salah satu industri rumahan dengan penghasilan yang cukup besar dan dapat membantu perekonomian negara. Dengan pendistribusian di luar daerah Lumajang seperti: Kabupaten Malang, Kota Malang, Kota Sumbawa, dan Bali hal tersebut yang menjadikan UMKM desa ini terus melakukan peningkatan setiap bulanya. UMKM Keripik buah UD. Tiga Saudara masih berbasis bisnis keluarga. Salah satu kelemahan dari bisnis keluarga ialah kurangnya kerjasama menjadikan produk dan layanan yang dihasilkan kurang baik (Susanto, 2015). Hal ini menjadikan UMKM UD. Tiga perlu memperhatikan jalan usaha tanpa lengah memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan dan kualitas produk agar tetap baik dipandang konsumen. UMKM keripik buah UD. Tiga Saudara harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan sudah memiliki izin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia serta sudah terdapat logo halal dalam kemasan, Sehingga konsumen merasa puas dan tertarik untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk UMKM keripik buah UD. Tiga Saudara.

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM desa (Studi kasus pada konsumen UMKM Keripik Buah UD. Tiga Saudara Desa Tempurejo, Kecamatan Tempursari, Kabupaten Lumajang)?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM desa (Studi kasus pada konsumen UMKM Keripik Buah UD. Tiga Saudara Desa Tempurejo, Kecamatan Tempursari, Kabupaten Lumajang)?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM desa (Studi kasus pada konsumen UMKM Keripik Bua

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM desa (Studi kasus pada konsumen UMKM Keripik Buah UD. Tiga Saudara Desa Tempurejo, Kecamatan Tempursari, Kabupaten Lumajang).
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk UMKM desa (Studi kasus pada konsumen UMKM Keripik Buah UD. Tiga Saudara Desa Tempurejo, Kecamatan Tempursari, Kabupaten Lumajang).

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk UMKM desa (Studi kasus pada konsumen UMKM Keripik Buah UD. Tiga Saudara Desa Tempurejo, Kecamatan Tempursari, Kabupaten Lumajang).

Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian dari ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam pengembangan kualitas pelayanan dan kualitas produk guna meningkatkan jumlah pembeli yang akan datang.
2. Penelitian diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman dan juga menjadi ilmu pengetahuan yang diaplikasikan dan digunakan rujukan penelitian selanjutnya.
3. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi secara teoritis sebagai bahan wawasan dan pengembangan ilmiah dan untuk rujukan atau referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang terkait. Untuk keputusan pembelian produk UMKM desa serta mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh UMKM desa.

Tinjauan Teori

Hasil Penelitian Terdahulu

Sari dan Prihartono (2021) Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian asosiatif. Nilai t hitung dari pengaruh harga pada keputusan pembelian sprei rise menunjukkan hasil sebesar 2,718 dengan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$ maka harga secara positif serta signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Nilai t hitung dari pengaruh kualitas suatu produk pada keputusan membeli sebesar 2,038 dengan nilai signifikansi $0,047 < 0,05$ maka kualitas dari suatu produk memiliki pengaruh yang signifikan.

Ristanti dan Iriani (2020) Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode data yang kuantitatif. Hasil uji t bahwa kedua variabel bebas kualitas produk dan citra merek secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Fatkurrozi (2020) Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa pelatihan dan pengembangan secara bersamaan memiliki dampak signifikan terhadap kinerja. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan terhadap Kinerja *Driver*. Penelitian ini dilakukan di Kota Malang. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah Kuantitatif

Ibrahim dan Thawil (2019) Jenis penelitian yang digunakan adalah observasi dengan tingkat penduduk yang bertempat tinggal disekitar kantor MNC Vision yang bertempat di wilayah Kedoya, *Green Garden*, Jakarta Barat. Hasil uji F Kualitas produk telah membuktikan hubungan dan signifikan variasi dari kepuasan pelanggan.

Pramana dan Rastini (2016) Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif.. Hasil penelitian melalui perhitungan analisis regresi linier berganda dan menggunakan *software* SPSS menghasilkan adanya hubungan secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah.

Sulistyawati dan Seminari (2015) Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji asumsi klasik dan diperoleh nilai t hitung pada variabel kualitas pelayanan dengan indikasi variabel $> t$ tabel sebesar 1,658 dengan nilai sig 0,05.

Tinjauan Teori

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2016, p.184) keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen membandingkan antara dua pilihan dan dituntut untuk memilih sesuai dengan kemauan dan kebutuhan. Meski begitu, terdapat beberapa faktor yang dapat membedakan pengambilan keputusan antar individu, di antaranya adalah usia, karakter, pendapatan, serta gaya hidup.

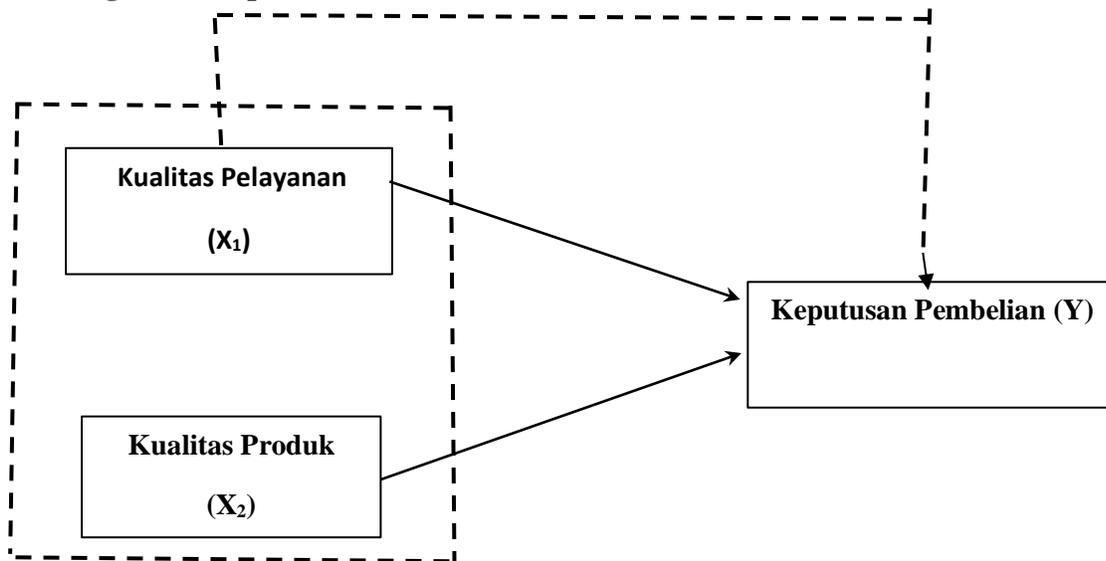
Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012:143), Kualitas Pelayanan sebagai ukuran seberapa baik dalam melayani konsumen sehingga sesuai harapan konsumen. Jadi kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa suatu harapan konsumen terhadap pelaku usaha dalam segi pelayanan yang baik sehingga dapat memuaskan kosumen dan menciptakan keputusan pembelian.

Kualitas Produk

Menurut Prawirosentono (2007:5), Kualitas produk adalah bentuk fisik suatu produk yang dihasilkan oleh suatu usaha. Dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan produk tersebut dianggap baik dan sesuai espektasi konsumen. Kualitas produk hanya dapat dinilai oleh konsumen, Apabila pelaku usaha menggap baik belum tentu konsumen sependapat.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

- H1: Bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
- H2: Bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
- H3: Bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Metode Penelitian dan Sampel

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk UMKM Keripik Buah UD. Tiga Saudara Desa Tempurejo, Kecamatan Tempursari, Kabupaten Lumajang, Provinsi Jawa Timur yang berjumlah sebanyak 9.600 konsumen. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian digunakan rumus *Slovin* dan mendapatkan hasil 100 responden untuk diteliti.

Definisi Operasioanal Variabel

Variabel Terikat (Y)

Variabel bebas dalam penelitian kali ini ialah Keputusan Pembelian (Y).

1. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian ialah tingkat perasaan tertarik pelanggan atau konsumen untuk membeli suatu produk melalui beberapa pertimbangan guna memenuhi kebutuhannya.

Variabel Bebas (X)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2).

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan ukuran tingkat pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dalam memenuhi keinginan pelanggan.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan suatu ciri produk tersebut dinilai baik dan berkualitas serta dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Metode Pengumpulan Data

Untuk pengambilan data primer teknik yang digunakan yaitu dengan penyebaran kuesioner sedangkan untuk data sekunder yaitu dengan jurnal ataupun literatur lainnya.

Metode Analisis Data

- 1) Uji Instrumen
 - Uji Validitas
 - Uji Reliabilitas
- 2) Uji Normalitas
- 3) Uji Asumsi Klasik
 - Multikolinearitas
 - Heteroskedastisitas
- 4) Uji Asumsi Klasik
 - Uji F
 - Uji t
 - Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Karakteristik Responden

a. Berdasarkan Usia

Karakteristik responden dapat dilihat berdasarkan usia pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	50	50%
2.	Perempuan	50	50%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 50 atau 50% dan perempuan sebesar 50 atau 50%. Hasil tersebut dapat diindikasikan bahwa konsumen UMKM kripik buah UD. Tiga Saudara Desa Tempurejo, Kecamatan Tempursari, Kabupaten Lumajang, Provinsi Jawa Timur seimbang antara laki-laki dan perempuan.

b. Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat tabel pada dibawah ini :

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< 25 Tahun	76	76%
2.	> 26 Tahun	24	24%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer diolah 2021

Konsumen UMKM kripik buah UD. Tiga Saudara Desa Tempurejo, Kecamatan Tempursari, Kabupaten Lumajang, Provinsi Jawa Timur yang paling tinggi berusia < 25 tahun. Dari hasil tersebut dapat diindikasikan bahwa mereka yang telah berusia lebih muda lebih memilih dan mengunjungi UMKM kripik buah UD. Tiga Saudara tersebut untuk memenuhi keinginannya membeli camilan kripik buah yang beraneka ragam.

Hasil Analisis Data

a. Uji Validitas

Untuk mengukur valid tidaknya suatu instrumen penelitian, maka peneliti menggunakan alat bantu program statistik SPSS. Hasil perhitungan SPSS menunjukkan bahwa pada setiap instrumen penelitian yang digunakan memiliki hasil r hitung > r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian dikatakan valid. Nilai kritik (r tabel) dalam penelitian ini adalah 0,196 dengan taraf signifikansi 0,05 dan jumlah keseluruhan sampel yang diteliti adalah 100. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila r hitung > r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Nilai *Cronbach's Alpha* pada instrumen keputusan pembelian (Y) sebesar $0,710 > 0,6$ maka hasil dari instrumen keputusan pembelian dapat dikatakan reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* pada instrumen kualitas pelayanan (X_1) sebesar $0,849 > 0,6$ maka hasil dari instrumen kualitas pelayanan dapat dikatakan reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* pada instrumen kualitas produk (X_2) sebesar $0,839 > 0,6$ maka hasil dari instrumen kualitas produk dapat dikatakan reliabel”.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Nilai Asumsi sig. sebesar 0,121 > 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data yang diteliti berdistribusi normal sehingga baik untuk untuk dilanjutkan pada penelitian selanjutnya.

b. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan nilai VIF maka Kualitas Pelayanan (X_1) 2.533 < 10,00, Kualitas Produk (X_2) 2.533 < 10,00 , maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Dan besarnya nilai *tolerance* pada Kualitas Pelayanan (X_1) 0,395 > 0,10, Kualitas Produk (X_2) 0,395 > 0,10 , maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan peneliti diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,227 > 0,05 dan variabel kualitas produk (X_2) sebesar 0,674 > 0,05 maka model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Hasil Regresi Linear Berganda

Tabel Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.613	1.758		2.623	.010
Kualitas Pelayanan	.310	.076	.536	4.067	.000
Kualitas Produk	.031	.076	.053	.405	.686

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Diolah, 2021

Adapun rumus persamaan linier berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 4.613 + 0,310X_1 + 0,031X_2 + e$$

Uji Hipotesis

a. Uji F

Berdasarkan tabel 4.12 Menunjukkan bahwa nilai Fhitung > Ftabel yaitu 24.408 > 2,70 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0.05, maka H1 diterima yang artinya variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

b. Uji t

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai thitung > ttabel yaitu 4.067 > 1,660 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, maka H2 diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan hasil uji t pada variabel kualitas produk menunjukkan nilai thitung > ttabel yaitu $0,405 < 1,660$ dengan signifikansi $0,686 > 0,05$, maka H3 ditolak yang artinya kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Koefisien Determinasi R²

Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,321 atau 32,1%. Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, dan kualitas produk sebesar 32,1% sisanya 67,9% dapat dijelaskan variabel bebas lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Simpulan dan Saran

Simpulan

1. Penelitian ini menghasilkan variabel X1 dan X2 secara simultan memiliki pengaruh signifikan kepada keputusan pembelian.
2. Penelitian ini menghasilkan variabel X1 secara parsial memiliki pengaruh signifikan kepada keputusan pembelian.
3. Penelitian ini menghasilkan variabel X2 secara parsial memiliki pengaruh tidak signifikan kepada keputusan pembelian.

Keterbatasan

1. Penelitian ini terbatas hanya menggunakan variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk.
2. Penelitian ini terbatas hanya mengambil responden pada konsumen UMKM keripik buah UD. Tiga Saudara Desa Tempurejo, Kecamatan Tempursari, Kabupaten Lumajang.

Saran

1. Bagi Perusahaan
Bagi UMKM keripik buah UD. Tiga Saudara Desa Tempurejo, Kecamatan Tempursari, Kabupaten Lumajang dapat dikembangkan dengan menambahkan varian buah dan rasa yang beragam untuk menarik keputusan pembelian konsumen.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya
Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk:
 - a. Menambah variabel lain yang tentunya dapat mempengaruhi variabel X1 dan X2..
 - b. Menambah responden penelitian agar lebih kongkrit dalam penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Chairul, I. (2018). *KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Ouval Research Medan Jln . Dr . Mansyur)*.
- Dinawan, R. M. (2010). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. Semarang: Program Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ibrahim, M., & Thawil, M. S (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, 4(1), 175-182.
- Ismail, Riswandhi. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Prediktor Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah*. Jurnal Organisasi dan Manajemen, Volume 10, Nomor 2, hal: 179-196.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip., Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer* (alfabeta (ed.)).
- Pramana, Y. G. I., & Rastini, M. N (2016) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kenyamanan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali*. 5(1), 706-733.
- Ristanti, A., & Iriani, S.S. (2020) *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya*. Jurnal Ilmu Manajemen, 8(3), 1026-1073.
- Sari, M. R., & Prihartanto. (2021) *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi,dan Akuntansi), 5(3), 1171-1184.
- Siregar, Sofyan. 2016. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sulistiyawati, A.M.N., & Seminari, K.N. (2015) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*, E-Jurnal Manajemen Unud, 4(8), 2318-2332.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susanto, A.B. 2015. *World Class Family Business*. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen.PT Mizan Pustaka.
- Umar, H. (2019). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (11th ed.). PT. Raja Grafindo Persada.
- Tambunan. (2014). *Usaha Kecil Mikro dan Menengah*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol 2, No 2.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management, Edisi Kedua*. Yogyakarta: cv. Andi Offset.

***) Taufiqurrohman adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma**

*****) Agus Widarko, Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma**

******) Alfian Budi Primanto, Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma**