

# ANALISA PENGARUH FAKTOR KUALITAS MAKANAN, KUALITAS LAYANAN, DAN *MOOD* TERHADAP PEMBERIAN TIP DI DUCK KING RESTORAN GALAXY MALL SURABAYA

**Yolanda Widita Gozali, Debby Soekresno, Adriana Aprilia**

Jurusan Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra

Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya

Email: [yolandagozali@hotmail.co.id](mailto:yolandagozali@hotmail.co.id) ; [debbywibowo@hotmail.com](mailto:debbywibowo@hotmail.com) ;  
[aprilia@petra.ac.id](mailto:aprilia@petra.ac.id)

**Abstrak:** Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, dan *Mood* terhadap Pemberian Tip di Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya. Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya merupakan restoran yang terletak di Surabaya timur yang menerapkan metode *table service*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah *statistical product and service solutions (SPSS)*. Hasil menunjukkan bahwa Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, dan *Mood* berpengaruh secara signifikan terhadap Pemberian Tip dan faktor yang dominan berpengaruh terhadap Pemberian Tip adalah Kualitas Layanan.

Kata Kunci : Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, *Mood*, Pemberian Tip

**Abstract:** The purpose of this research is to find the influence of Food Quality, Service Quality, and Mood to Tipping in Duck King Restaurant Galaxy Mall Surabaya. Duck King Restaurant Galaxy Mall Surabaya is a restaurant located in the east of Surabaya and applied table service methode. This thesis is a quantitative research. The analysis technique used is Statistical Product and Service Solutions (SPSS). The results show that Food Quality, Service Quality, and Mood significantly impact Tipping and the most dominant factor in Tipping is Service Quality.

Keyword : Food Quality, Service Quality, Mood, Tipping

## PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman di Indonesia, pola konsumsi masyarakat Indonesia mengalami sedikit pergeseran. Mobilitas masyarakat Indonesia yang semakin tinggi menyebabkan banyak kegiatan yang dilakukan di luar rumah termasuk makan. Selain itu tingkat pendidikan masyarakat Indonesia yang semakin tinggi membuat masyarakat Indonesia mempunyai ekspektasi yang tinggi ketika makan di restoran.

Pemberian tip bukan sesuatu yang aneh di industri jasa, contohnya dalam bidang *hospitality*. Konsumen sering memberikan tip untuk pelayan yang telah memberikan pelayanan yang memuaskan. Bagi konsumen, tip adalah hadiah atau sejumlah uang yang diberikan untuk pelayanan yang telah diterima atau sesuai dengan yang diharapkan (Merriam-Webster, 2011).

Di luar negeri, pemberian tip sudah seperti kewajiban dan memiliki etiket tersendiri. Masing-masing negara memiliki kebiasaan yang berbeda-beda. Seiring dengan perkembangan zaman, orang Indonesia mulai memberikan tip kepada pelayan setelah pelayanan didapatkan dengan memuaskan. Di Indonesia tidak terdapat ketentuan tertentu dalam pemberian tip.

Penelitian yang dilakukan oleh Mandias dan Kristanti (2006) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pemberian tip oleh konsumen memberikan kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pemberian tip di Starbucks Coffee (metode *self service*) adalah kualitas layanan, *mood*, kualitas produk, keramahan karyawan, dan uang kecil. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pemberian tip di The Wave Coffee Bar (metode *table service*) adalah kualitas layanan, keramahan karyawan, keharusan, *mood*, serta penampilan dan kerapian karyawan.

Fenomena pemberian tip hampir terjadi di semua restoran, tidak terkecuali Restoran Duck King di Galaxy Mall Surabaya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya, Duck King Restoran telah menetapkan *service charge* sebesar 15% pada setiap terjadinya transaksi. Selain itu, berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh penulis terhadap 10 konsumen restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya, 5 diantaranya memutuskan untuk memberi tip secara pribadi kepada pelayan.

Restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya menerapkan konsep *table service*, dimana terdapat kemungkinan lebih besar bagi konsumen untuk pemberian tip. Penelitian ini menggunakan variabel kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan *mood* sebagai variabel yang mempengaruhi pemberian tip. Hal ini didasarkan pada hasil penelitian Mandias dan Kristanti (2006) yang menyatakan ketiganya mempengaruhi pemberian tip, baik pada restoran dengan konsep *table service* maupun *self service*. Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan di atas penulis ingin meneliti lebih jauh mengenai pengaruh kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan *mood* terhadap pemberian tip di Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya.

### **Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap pemberian tip di restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya.
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap pemberian tip di restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya.
3. Apakah *mood* berpengaruh signifikan terhadap pemberian tip di restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya.
4. Manakah faktor yang dominan mempengaruhi konsumen dalam memberikan tip di restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya.

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap pemberian tip di restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap pemberian tip di restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya.

3. Untuk mengetahui apakah *mood* berpengaruh signifikan terhadap pemberian tip di restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya.
4. Untuk mengetahui faktor apakah yang berpengaruh dominan terhadap pemberian tip di Restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya.

## **TEORI PENUNJANG**

### **Kualitas Makanan**

Menurut Kotler (2003, p.25), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dalam bidang usaha restoran, produk cenderung tertuju pada makanan sebagai produk utama yang disajikan kepada konsumen.

Menurut Jones (2000, pp.109-110) secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas makanan adalah sebagai berikut:

1. Warna  
Warna dari bahan-bahan makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa supaya tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi.
2. Penampilan  
Kesegaran dan kebersihan dari makanan yang disajikan adalah contoh penting yang akan mempengaruhi penampilan makanan baik atau tidak untuk dinikmati.
3. Porsi  
Dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut *standard portion size*. *Standard portion size* didefinisikan sebagai kuantitas item yang harus disajikan setiap kali item tersebut dipesan. Manajemen dianjurkan untuk membuat *standard portion size* secara jelas.
4. Bentuk  
Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh lewat cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi.
5. Temperatur  
Konsumen menyukai variasi temperatur yang didapatkan dari makanan satu dengan lainnya.
6. Tekstur  
Ada banyak tekstur makanan antara lain halus atau tidak, cair atau padat, keras atau lembut, kering atau lembab. Tingkat tipis dan halus serta bentuk makanan dapat dirasakan lewat tekanan dan gerakan di dalam mulut.
7. Aroma  
Aroma adalah reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut.
8. Tingkat kematangan  
Tingkat kematangan makanan akan mempengaruhi tekstur dari makanan. Untuk makanan tertentu seperti daging, setiap orang memiliki selera yang berbeda-beda pada tingkat kematangannya.
9. Rasa

Titik perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar yaitu manis, asam, asin, pahit. Dalam makanan tertentu empat rasa ini digabungkan sehingga menjadi satu rasa yang unik dan menarik untuk dinikmati.

### **Kualitas Layanan**

Layanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Kotler, 2003). Selanjutnya, menurut Kotler (2003) terdapat 4 karakteristik layanan yaitu:

1. Tidak berwujud (*intangibility*)
2. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*)
3. Berubah-ubah (*variability*)
4. Tidak tahan lama (*perishability*)

Menurut Parasuraman, Zeithaml & Berry (2009, p.111) dalam kualitas layanan ada beberapa dimensi yang perlu diperhatikan yaitu:

1. Bentuk fisik yang berwujud (*tangibles*) yaitu bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh pelayan kepada konsumen.
2. Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan yang telah dijanjikan secara tepat waktu.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kemampuan pelayan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan. Komponen atau unsur dari dimensi *responsiveness* terdiri dari kesiapan pelayan dalam melayani konsumen, kecepatan pelayan dalam melayani konsumen, dan penanganan keluhan konsumen.
4. Jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan dan perilaku pelayan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui pelayan yang terlibat langsung menangani konsumen.
5. Empati (*empathy*) yaitu kemampuan pelayan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

### **Mood**

Pemahaman tentang *mood* mempengaruhi perilaku konsumen sangat penting karena terdapat beragam *mood* berdasarkan pengalaman konsumen saat melakukan pengambilan keputusan. *Mood* dapat digunakan sebagai pengaruh situasional karena *mood* dapat berubah dan secara mudah dipengaruhi oleh stimulus yang ada pada setiap situasi pembelian, salah satunya pada saat pembelian *impulsive*. (Abdolvand, et al., 2011).

Millon, Blaney & Davis (1990) mengemukakan bahwa *mood* atau suasana hati manusia dapat disifatkan sebagai suatu keadaan dari individu pada suatu waktu. *Mood* mempunyai sifat positif dan negatif. Kesedihan merupakan *mood* negatif, sedangkan kegembiraan merupakan *mood* positif. *Mood* dapat mempengaruhi sikap dan tingkah laku manusia dalam menanggapi sesuatu. *Mood* merupakan suatu

emosi yang lemah lembut dan tidak berlangsung lama dan dapat berubah setiap waktu.

Mandias dan Kristanti (2006) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa *mood* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam memberikan tip. *Mood* mempengaruhi seseorang untuk memberikan lebih banyak atau lebih sedikit. Pada umumnya konsumen akan memberikan tip lebih banyak jika *mood* saat itu sedang baik, dan mengurangi jumlah tip atau tidak memberikan tip jika *mood* konsumen tersebut sedang buruk. *Mood* mempengaruhi pemberian tip dikarenakan *mood* merupakan salah satu faktor psikologis yang mempengaruhi seseorang untuk berbuat sesuatu.

### **Pemberian Tip**

Menurut Mischitelli (2000), tip diberikan kepada pelayanan yang baik maupun pelayanan yang buruk. Pemberian tip atas pelayanan yang baik dimaksudkan sebagai ungkapan terimakasih serta penghargaan atas pelayanan yang diberikan, sedangkan pemberian tip atas pelayanan yang buruk, dimaksudkan agar dengan pemberian tip, pelayan tersebut menyadari bahwa pelayanan yang diberikan masih tetap dihargai dan mengharapkan pelayanan yang lebih baik untuk kedatangan konsumen berikutnya. Lynn (2011) menyatakan bahwa pemberian tip oleh konsumen merupakan perilaku yang menarik, karena tip adalah pembayaran sukarela setelah pelayanan diberikan kepada konsumen di suatu restoran.

Sabath (1993) dalam penelitiannya mengklasifikasikan tip ke dalam dua kategori, yaitu:

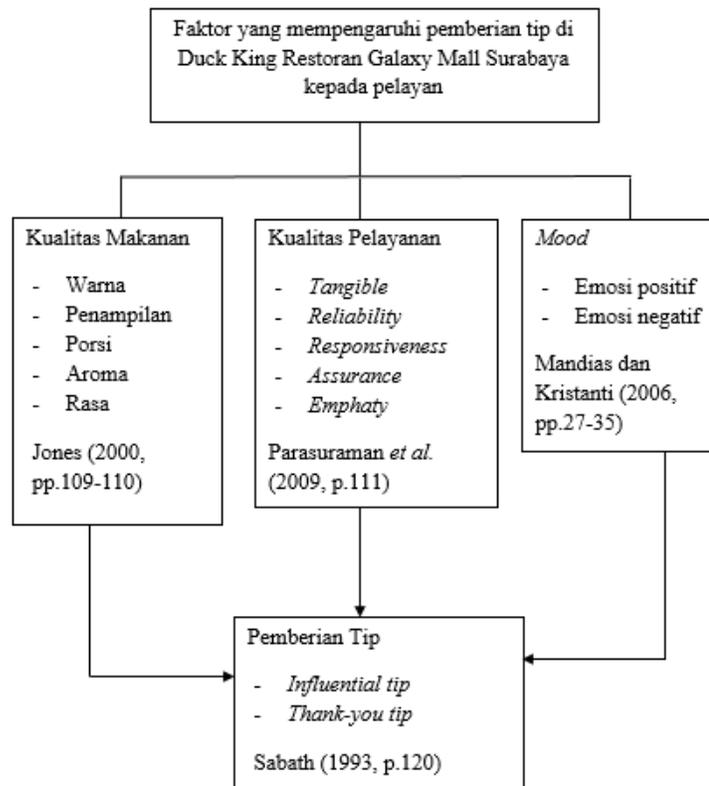
1. *Influential tip*

Tip yang diberikan kepada seseorang yang bertujuan untuk menunjukkan penghargaan atas pelayanan yang diberikan.

2. *Thank-you tip*

Tip yang diberikan karena adanya pengakuan untuk seseorang atas pelayanan atau usaha yang diberikan. Biasanya tip ini diberikan kepada pelayan setelah memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen.

## Kerangka Berpikir



Pada kerangka berpikir dapat diketahui bahwa Restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya menerapkan metode layanan *table service*, dimana pada metode tersebut pelayan memberikan layanan secara langsung kepada konsumen. Ada beberapa faktor yang mendorong konsumen untuk memberikan tip, yaitu kualitas makanan, kualitas layanan, dan *mood*.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kausalitas dengan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009), penelitian kausalitas adalah suatu penelitian yang mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain yang mempunyai hubungan sebab akibat. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.

### Populasi dan Sampel

Menurut Margono (2004, p.118), populasi adalah keseluruhan obyek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki

karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah masyarakat Surabaya yang pernah melakukan transaksi di Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya.

Menurut Kothari (2004, p. 153), sampel adalah bagian dari populasi yang berhasil dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yang bersifat *judgemental sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012, p.125). *Judgemental sampling* adalah teknik penentuan sampel di mana penulis memilih sampel berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian (Kuncoro, 2003, p. 119). Sampel yang digunakan diambil dari populasi yang memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Usia responden minimal 17 tahun karena pada usia tersebut responden dianggap telah mampu mengambil keputusan dan mampu menjawab pertanyaan kuisisioner dengan baik.
2. Responden pernah melakukan transaksi minimal sekali di restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya dengan layanan makan di tempat.
3. Responden berkunjung ke restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya dalam kurun waktu 6 bulan terakhir.
4. Responden pernah memberikan tip.

Dari hasil dasar penarikan sampel diketahui bahwa jumlah minimal yang dibutuhkan adalah 98 responden, akan tetapi penulis mengambil sampel sejumlah 121 responden untuk mengantisipasi terjadinya kesalahan dalam pengisian kuisisioner.

### **Definisi Operasional Variabel**

#### **1. Kualitas Makanan**

Kualitas makanan adalah kualitas dari setiap makanan yang disajikan oleh pelayan Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya kepada konsumen. Indikator variabel kualitas makanan yaitu:

- a. Memberi tip karena warna makanan yang disajikan terlihat segar
- b. Memberi tip karena penampilan makanan yang disajikan menarik
- c. Memberi tip karena porsi makanan di restoran sesuai dengan gambar pada menu
- d. Memberi tip karena aroma makanan sedap
- e. Memberi tip karena rasa makanan enak

#### **2. Kualitas Layanan**

Kualitas layanan adalah kualitas dari layanan yang diberikan oleh pelayan Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya kepada konsumen. Indikator variabel kualitas makanan yaitu:

##### **a. *Tangible*:**

- Memberi tip karena penampilan pelayan rapi

##### **b. *Reliability*:**

- Memberi tip karena makanan disajikan tepat waktu
- Memberi tip karena pelayan memberikan struk pembayaran yang sesuai dan akurat

c. *Responsiveness*:

- Memberi tip karena pelayan cepat dalam memenuhi kebutuhan konsumen
- Memberi tip karena pelayan tanggap dalam memenuhi kebutuhan konsumen
- Memberi tip karena pelayan tanggap dalam menangani keluhan

d. *Assurance*:

- Memberi tip karena pelayan memiliki pengetahuan yang baik terhadap menu
- Memberi tip karena pelayan sopan

e. *Empathy*:

- Memberi tip karena pelayan mudah diajak komunikasi
- Memberi tip karena pelayan mempunyai perasaan peka terhadap kebutuhan konsumen, contoh : pelayan dapat mengetahui kebutuhan konsumen tanpa disuruh melalui *body language* dari konsumen
- Memberi tip karena pelayan memperhatikan konsumen secara individu, contoh : menanyakan kepada konsumen tentang makanan.

3. *Mood*

*Mood* merupakan suasana hati yang sedang dirasakan oleh konsumen. *Mood* dapat mempengaruhi konsumen untuk memberi tip. Indikator variabel *mood* yaitu:

a. *Mood* positif:

- Memberi tip karena suasana hati sedang baik
- Ketika suasana hati sedang baik cenderung memberi tip lebih banyak

b. *Mood* negatif:

- Ketika suasana hati sedang buruk cenderung memberi tip lebih sedikit

4. Pemberian Tip

a. *Influential tip*

- Pemberian tip untuk menunjukkan penghargaan atas pelayanan yang diberikan Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya

b. *Thank-you tip*

- Pemberian tip karena adanya pengakuan untuk pelayan atas pelayanan yang memuaskan

## TEKNIK ANALISA DATA

### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana indikator dalam kuisisioner dapat mengukur konsep yang diinginkan. Untuk mengukur validitas digunakan korelasi *product moment pearson*. Dengan kriteria pengujian  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka kuisisioner dinyatakan valid, dan sebaliknya.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuisisioner dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Untuk mengukur reliabilitas digunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.6, maka kuisisioner dinyatakan reliabel.

### Analisa Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau

populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2009, p.29). Pada penelitian ini, analisa statistik deskriptif yang digunakan adalah *mean*, standar deviasi, dan distribusi frekuensi.

### Uji Asumsi Klasik

Sebelum dapat digunakan untuk membantu membuat kesimpulan, sebuah model regresi harus memenuhi beberapa asumsi dasar. Pemenuhan asumsi melalui beberapa uji dibawah ini:

- a. Normalitas  
Santoso (2002) menyebutkan bahwa tujuan dari uji normalitas adalah menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati.
- b. Multikolinearitas  
Menurut Santoso (2002) tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.
- c. Heterokedastisitas  
Menurut Wibowo (2006), heterokedastisitas dapat diuji dengan cara melakukan analisis korelasi Spearman dimana yang dikorelasikan adalah nilai residual dengan masing-masing variabel independen. Jika tidak didapatkan korelasi yang signifikan, maka dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas. Tidak signifikan yang dimaksudkan adalah jika hasil korelasi lebih besar dari 0,05.

### Analisa Regresi Linier Berganda

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1 x_1 + \alpha_2 x_2 + \alpha_3 x_3 + \alpha$$

Keterangan :

$\alpha_0$  = konstanta

$\alpha_1$  = koefisien regresi variabel kualitas makanan

$\alpha_2$  = koefisien regresi variabel kualitas layanan

$\alpha_3$  = koefisien regresi variabel *mood*

$\alpha$  (koefisien regresi) menunjukkan seberapa besar kontribusi masing-masing variabel bebas (X) dalam menjelaskan variasi variabel tidak bebas (Y). Dengan kata lain, semakin besar nilai  $\alpha$ , semakin besar atau dominan suatu variabel bebas pengaruhnya terhadap variabel tidak bebas.

$x_{1,2,3}$  = variabel kualitas makanan, kualitas layanan, dan *mood*

$\alpha$  = variabel pengganggu atau kesalahan pengganggu (*standard error of estimation*)

### Uji Kelayakan Model (Uji F)

Untuk menguji kelayakan dari suatu model regresi, dengan ketentuan jika F hitung > F tabel dan nilai signifikansi < 0,05, maka variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

## Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan apakah satu variabel bebas secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel tidak bebas (Kuncoro, 2003, p.218). Bila signifikansi uji t masing-masing nilainya lebih kecil dari 0.05 ( $\alpha=5\%$ ), maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

## ANALISA DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Profil Responden

Responden pada penelitian ini adalah konsumen Duck King Galaxy Mall Surabaya dengan jumlah sebanyak 121 orang, dimana sebagian besar konsumennya adalah konsumen dengan jenis kelamin laki-laki. Konsumen dengan usia antara 31-40 tahun adalah konsumen mayoritas pada Duck King Galaxy Mall. Konsumen dengan status pekerjaan sebagai wiraswasta adalah konsumen yang paling banyak berkunjung ke Duck King Galaxy Mall Surabaya. Konsumen dengan pendidikan terakhir S1 adalah konsumen mayoritas pada Duck King Galaxy Mall Surabaya. Penghasilan konsumen Duck King Galaxy Mall Surabaya paling banyak rata-rata lebih dari Rp.9.000.000,- per bulan, dan pengeluaran konsumen Duck King Galaxy Mall Surabaya paling sedikit adalah rata-rata sebesar Rp.300.001,- sampai dengan Rp.800.000,-.

### Deskripsi Jawaban Responden (Kualitas Makanan)

Tabel 1. Deskripsi Jawaban Responden mengenai Kualitas Makanan

Indikator	Skor					Mean	Standar Deviasi	Kategori
	1	2	3	4	5			
Warna makanan yang disajikan terlihat segar	0	5	41	44	31	3.83	0.860	tinggi
Penampilan makanan yang disajikan terlihat menarik	0	6	36	46	33	3.88	0.871	tinggi
Porsi makanan yang disajikan sudah sesuai	0	1	38	39	43	4.02	0.841	tinggi
Aroma makanan yang disajikan sedap	0	2	41	50	28	3.86	0.789	tinggi
Rasa makanan yang disajikan enak	0	5	17	60	39	4.10	0.790	tinggi
Rata-rata						3.94		

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas jawaban responden pada 5 indikator variabel kualitas makanan tergolong tinggi. Nilai tertinggi dapat dilihat pada indikator rasa makanan yang disajikan di Duck King Galaxy Mall Surabaya enak yaitu dengan rata-rata sebesar 4.10, sedangkan nilai terendah terdapat pada aspek warna makanan yang disajikan yaitu dengan rata-rata sebesar 3.83. Secara keseluruhan diketahui bahwa rata-rata jawaban responden terhadap variabel kualitas

makanan adalah sebesar 3.94, yang berarti bahwa rata-rata konsumen beranggapan bahwa kualitas makanan yang disajikan Duck King Restoran Galaxy Mall tergolong baik.

### Deskripsi Jawaban Responden (Kualitas Layanan)

Tabel 2. Deskripsi Jawaban Responden mengenai Kualitas Layanan

Indikator	Skor					Mean	Standar Deviasi	Kategori
	1	2	3	4	5			
Penampilan pelayan restoran rapi	0	6	32	49	34	3.92	0.862	tinggi
Pelayan mampu menyajikan makanan dengan tepat waktu	0	6	19	74	22	3.93	0.732	tinggi
Struk pembayaran yang diberikan sudah akurat sesuai dengan menu yang dipesan	0	2	22	73	24	3.98	0.671	tinggi
Pelayan mampu memenuhi permintaan saya dengan cepat	0	3	25	63	30	3.99	0.747	tinggi
Pelayan tanggap dalam memenuhi permintaan saya	0	1	14	62	44	4.23	0.680	sangat tinggi
Pelayan tanggap dalam mengangani keluhan saya	0	1	17	70	33	4.12	0.661	tinggi
Pelayan memiliki pengetahuan menu yang baik	0	2	25	58	36	4.06	0.756	tinggi
Pelayan sopan	0	2	25	67	27	3.98	0.707	tinggi
Pelayan mudah diajak berkomunikasi	0	2	29	48	42	4.07	0.808	tinggi
Pelayan peka dalam memenuhi kebutuhan saya (contoh : mengisi ulang tisu bila habis sebelum	0	2	35	43	41	4.02	0.836	tinggi

diminta)								
Pelayan memberi perhatian secara individu (contoh : menanyakan apakah ada hal lain yang bisa dibantu)	0	1	36	70	14	3.88	0.641	tinggi
Rata-rata						4.01		

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas jawaban responden pada variabel kualitas layanan tergolong tinggi. Nilai tertinggi dapat dilihat pada indikator pelayan yang tanggap dalam memenuhi permintaan konsumen yaitu dengan nilai rata-rata sebesar 4.23, sedangkan nilai terendah dapat dilihat pada indikator perhatian yang diberikan pelayan restoran secara individu pada konsumen Duck King yaitu dengan rata-rata sebesar 3.88. Secara keseluruhan diketahui bahwa rata-rata jawaban responden terhadap variabel kualitas layanan adalah sebesar 4.01, yang berarti bahwa rata-rata konsumen beranggapan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh pelayan Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya tergolong baik.

### Deskripsi Jawaban Responden (*Mood*)

Tabel 3. Deskripsi Jawaban Responden mengenai *Mood*

Indikator	Skor					Mean	Standar Deviasi	Kategori
	1	2	3	4	5			
Saya memberikan tip kepada pelayan jika suasana hati saya sedang baik	0	3	36	61	21	3.83	0.738	tinggi
Jika suasana hati saya sedang baik saya cenderung memberikan tip lebih banyak	0	4	29	61	27	3.92	0.770	tinggi
Jika suasana hati saya sedang buruk saya cenderung memberikan tip lebih sedikit	0	1	42	67	11	3.73	0.632	tinggi
Rata-rata						3.82		

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas jawaban responden tergolong tinggi. Nilai tertinggi terdapat pada indikator konsumen memberikan tip lebih banyak kepada pelayan jika suasana hati konsumen dengan baik yaitu dengan nilai rata-rata sebesar 3.92, sedangkan nilai terendah dapat dilihat pada aspek waktu suasana hati konsumen sedang buruk konsumen cenderung memberikan tip lebih sedikit yaitu

dengan rata-rata sebesar 3.73. Secara keseluruhan diketahui bahwa rata-rata jawaban responden terhadap variabel *mood* adalah sebesar 3.82, yang berarti bahwa rata-rata konsumen beranggapan bahwa *mood* yang baik mempengaruhi konsumen dalam memberikan tip di Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya.

### Deskripsi Jawaban Responden (Pemberian Tip)

Tabel 4. Deskripsi Jawaban Responden mengenai Pemberian Tip

Indikator	Skor					Mean	Standar Deviasi	Kategori
	1	2	3	4	5			
Untuk memberikan penghargaan atas layanan yang telah diberikan	0	1	21	62	37	4.12	0.709	tinggi
Karena saya mengakui bahwa layanan yang diberikan memuaskan	0	0	24	73	24	4.00	0.632	tinggi
Rata-rata						4.06		

Dari analisa deskriptif pemberian tip dapat dilihat bahwa nilai *mean* variabel pemberian tip sebesar 4.06 yang tergolong tinggi sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata konsumen beranggapan bahwa tip diberikan kepada pelayan untuk mengakui dan memberi penghargaan atas layanan yang memuaskan.

### Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kuisisioner

Variabel	Indikator	r hitung	r table	Keterangan
Kualitas Makanan	1	0.768	0.197	valid
	2	0.770	0.197	valid
	3	0.711	0.197	valid
	4	0.707	0.197	valid
	5	0.539	0.197	valid
Kualitas Layanan	1	0.604	0.197	valid
	2	0.628	0.197	valid
	3	0.603	0.197	valid
	4	0.666	0.197	valid
	5	0.588	0.197	valid
	6	0.527	0.197	valid
	7	0.667	0.197	valid
	8	0.552	0.197	valid
	9	0.606	0.197	valid
	10	0.751	0.197	valid
	11	0.701	0.197	valid

<i>Mood</i>	1	0.750	0.197	valid
	2	0.804	0.197	valid
	3	0.736	0.197	valid
Pemberian Tip	1	0.873	0.197	valid
	2	0.837	0.197	valid

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa semua pertanyaan atau indikator pada setiap variabel menghasilkan nilai *r pearson* yang lebih besar dari *r* tabel, dengan demikian dapat dikatakan bahwa pertanyaan yang mengukur semua variabel dapat dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner

Dimensi	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Makanan	0.741	0.6	reliabel
Kualitas Layanan	0.845	0.6	reliabel
<i>Mood</i>	0.641	0.6	reliabel
Pemberian Tip	0.631	0.6	reliabel

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa setiap variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari nilai kritis 0.6, sehingga dapat disimpulkan bahwa kuisisioner dalam penelitian ini telah memenuhi syarat kehandalan kuisisioner, atau dengan kata lain dapat dikatakan reliabel.

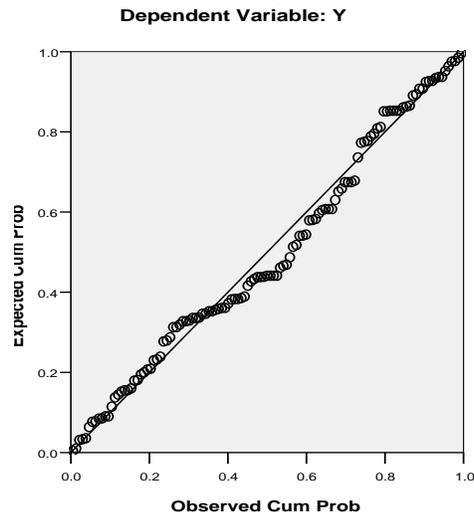
### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual	Keterangan
Nilai Signifikansi Kolmogorov Smirnov <i>Z</i>	0.301	Normal

Tabel diatas menunjukkan bahwa uji *kolmogorov smirnov* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.301, yaitu lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal. Dengan demikian asumsi normalitas residual telah terpenuhi. Keadaan ini juga dapat diperkuat dengan menggunakan Normal Probability Plot. Jika titik-titik pada grafik menyebar di sekitar garis diagonal, maka disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi. Berikut ini disajikan Normal Probability Plot regresi pada penelitian ini:



Gambar 1. Normal Probability Plot

### Uji Multikolinieritas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Colinierity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas makanan	0.528	1.895	non multikolinieritas
Kualitas layanan	0.469	2.131	non multikolinieritas
<i>Mood</i>	0.530	1.888	non multikolinieritas

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai *tolerance* ketiga variabel bebas di atas angka 0.10, demikian pula nilai VIF semuanya di bawah angka 10, sehingga disimpulkan model regresi bebas dari multikolinieritas. Dengan demikian asumsi non multikolinieritas telah terpenuhi.

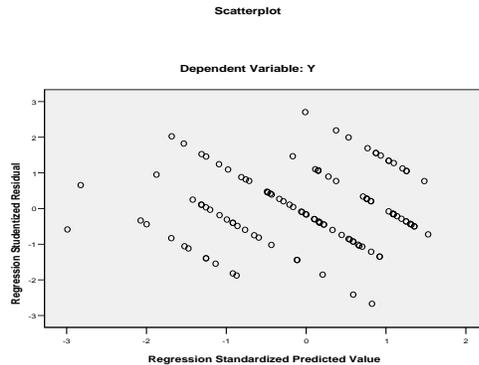
### Uji Heterokedastisitas

Tabel 9. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel Bebas	Signifikansi Korelasi <i>Rank Spearman</i>	Keterangan
Kualitas makanan	0.478	non heteroskedastisitas
Kualitas layanan	0.842	non heteroskedastisitas
<i>Mood</i>	0.494	non heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa korelasi *rank spearman* menghasilkan nilai signifikansi bagi ketiga variabel bebas yang nilainya lebih besar dari 0.05 ( $\alpha=5\%$ ), sehingga disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model

regresi. Dengan demikian asumsi non heteroskedastisitas telah terpenuhi. Pendeteksian ada atau tidaknya heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan *scatterplot* antara nilai ZPRED pada sumbu X dan ZRESID pada sumbu Y. Jika *scatterplot* menghasilkan titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Berikut gambar *scatterplot* yang dihasilkan dari model regresi



Gambar 2. Scatterplot

### Analisa Regresi Linier Berganda

$$Y = 0.55 + 0.253X_1 + 0.538X_2 + 0.222X_3$$

Melalui persamaan regresi linier berganda tersebut, maka dapat diketahui bahwa:

1. Nilai koefisien regresi variabel kualitas makanan ( $X_1$ ) adalah sebesar 0.253, artinya jika  $X_1$  berubah satu satuan, maka  $Y$  akan berubah sebesar 0.253 dengan anggapan variabel  $X_2$  dan  $X_3$  tetap. Tanda positif pada nilai koefisien regresi melambangkan hubungan yang searah antara  $X_1$  dan  $Y$ , artinya variabel kualitas makanan memiliki pengaruh positif terhadap pemberian tip di Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan ( $X_2$ ) adalah sebesar 0.538, artinya jika  $X_2$  berubah satu satuan, maka  $Y$  akan berubah sebesar 0.538 dengan anggapan variabel  $X_1$  dan  $X_3$  tetap. Tanda positif pada nilai koefisien regresi melambangkan hubungan yang searah antara  $X_2$  dan  $Y$ , artinya kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap pemberian tip di Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya.
3. Nilai koefisien regresi variabel *mood* ( $X_3$ ) adalah sebesar 0.222, artinya jika  $X_3$  berubah satu satuan, maka  $Y$  akan berubah sebesar 0.222 dengan anggapan variabel  $X_1$  dan  $X_2$  tetap. Tanda positif pada nilai koefisien regresi melambangkan hubungan yang searah antara  $X_3$  dan  $Y$ , artinya variabel *mood* memiliki pengaruh positif terhadap pemberian tip di Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya.

Berdasarkan persamaan model di atas, diketahui bahwa variabel kualitas layanan memiliki koefisien regresi yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan variabel

kualitas makanan dan *mood* sehingga dapat disimpulkan variabel kualitas layanan berpengaruh dominan terhadap pemberian tip di Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya.

Tabel 10. Korelasi dan Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0.791	0.626	0.616

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa:

1. Angka koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0.791 menunjukkan bahwa hubungan variabel bebas kualitas makanan, kualitas layanan, dan *mood* terhadap pemberian tip di Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya adalah kuat.
2. Nilai adjusted R<sup>2</sup> adalah 0.616. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian tip di Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya dapat dipengaruhi oleh faktor kualitas makanan, kualitas layanan, dan *mood* sebesar 61.6% dan sisanya yaitu 38.4% dipengaruhi oleh faktor lain.

### Uji F

Tabel 11. Hasil Uji F

F Hitung	Nilai Signifikansi
65.144	0.000

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uji F adalah nol atau kurang dari 0.05 ( $\alpha=5\%$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas makanan, kualitas layanan, dan *mood* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pemberian tip di Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya.

### Uji t

Tabel 12. Hasil Uji t

Variabel	T	Sig.
Kualitas makanan	3.298	0.001
Kualitas layanan	5.242	0.000
<i>Mood</i>	2.718	0.008

Tabel diatas menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu kualitas makanan, kualitas layanan, dan *mood* memiliki nilai signifikansi uji t yang masing-masing nilainya lebih kecil dari 0.05 ( $\alpha=5\%$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial, baik itu variabel kualitas makanan, kualitas layanan, dan *mood* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemberian tip (Y) di Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya.

## **PEMBAHASAN**

### **Kualitas Makanan terhadap Pemberian Tip**

Berdasarkan penelitian diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi uji t dari variabel kualitas makanan nilainya lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan berpengaruh secara signifikan terhadap pemberian tip. Dengan demikian hipotesa pertama yang menyatakan bahwa kualitas makanan berpengaruh secara signifikan terhadap pemberian tip diterima. Berdasarkan tabel analisa deskriptif, diketahui bahwa nilai keseluruhan dimensi kualitas makanan tergolong tinggi, dengan nilai rata-rata sebesar 3.94. Diketahui indikator yang memiliki nilai paling tinggi terdapat pada rasa makanan yang disajikan Duck King enak sebesar 4.10, sedangkan indikator yang memiliki nilai paling rendah terdapat pada warna makanan yang disajikan Duck King terlihat segar dengan nilai rata-rata sebesar 3.83.

### **Kualitas Layanan terhadap Pemberian Tip**

Berdasarkan penelitian diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi uji t dari variabel kualitas layanan nilainya lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap pemberian tip. Dengan demikian hipotesa kedua yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap pemberian tip diterima. Pada tabel analisa deskriptif, diketahui bahwa nilai keseluruhan dimensi kualitas layanan tergolong tinggi, dengan nilai rata-rata sebesar 4.01. Hasil ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan telah mampu mempengaruhi konsumen untuk memberikan tip. Dari analisa deskriptif diketahui indikator yang memiliki nilai paling tinggi terdapat pada pelayan tanggap dalam memenuhi permintaan konsumen dengan nilai rata-rata sebesar 4.23, sedangkan indikator yang memiliki nilai paling rendah terdapat pada pelayan memberi perhatian secara individu terhadap konsumen dengan nilai rata-rata sebesar 3.88.

### **Mood terhadap Pemberian Tip**

Berdasarkan penelitian diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uji t dari variabel *mood* nilainya lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *mood* berpengaruh secara signifikan terhadap pemberian tip. Dengan demikian hipotesa ketiga yang menyatakan bahwa *mood* berpengaruh secara signifikan terhadap pemberian tip diterima. Berdasarkan tabel analisa deskriptif diketahui bahwa nilai secara keseluruhan terhadap dimensi *mood* tergolong tinggi, dengan nilai rata-rata sebesar 3.82. Dari analisa deskriptif diketahui indikator yang memiliki nilai paling tinggi terdapat pada jika suasana hati konsumen sedang baik, konsumen cenderung memberikan tip lebih banyak dengan nilai rata-rata sebesar 3.92. Sedangkan indikator yang memiliki nilai paling rendah terdapat pada jika suasana hati konsumen sedang buruk konsumen cenderung memberikan tip lebih sedikit ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 3.73.

### **Dimensi yang Paling Dominan dalam Pemberian Tip**

Variabel kualitas layanan memiliki koefisien regresi yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan variabel kualitas makanan dan *mood*. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh dominan terhadap pemberian tip di Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya. Dengan demikian, hipotesa keempat yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap pemberian tip dapat diterima.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Dari hasil pengolahan data dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Responden penelitian ini umumnya laki-laki berpendidikan akhir S1 dengan usia rata-rata 31-40 tahun dan kebanyakan berprofesi sebagai wiraswasta dengan tingkat pengeluaran per bulan lebih dari Rp. 9.000.000,-. Rata-rata pengeluaran konsumen di Duck King Restoran Galaxy Mall adalah antara Rp. 300.000,- sampai dengan Rp. 800.000,-
2. Pengaruh faktor kualitas makanan, kualitas layanan, dan *mood* terhadap pemberian tip
  - a. Kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap pemberian tip di restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya sehingga hipotesa pertama diterima.
  - b. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap pemberian tip di restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya sehingga hipotesa kedua diterima.
  - c. *Mood* berpengaruh signifikan terhadap pemberian tip di restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya sehingga hipotesa ketiga diterima.
  - d. Kualitas layanan merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap pemberian tip di restoran Duck King Galaxy Surabaya sehingga hipotesa keempat diterima.
3. Pemberian tip di Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya dapat dipengaruhi oleh faktor kualitas makanan, kualitas layanan, dan *mood* sebesar 61,6% dan sisanya yaitu 38,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya seperti faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal, dan faktor psikologi.

### **Saran**

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kualitas makanan memiliki pengaruh terhadap pemberian tip, sehingga restoran Duck King Galaxy Mall harus mempertahankan dan meningkatkan lagi kualitas makanan yang disajikan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memilih bahan-bahan yang segar dan berkualitas.
2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, kualitas layanan merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi konsumen dalam memberikan tip, sehingga restoran Duck King Galaxy Mall Surabaya dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanannya dengan mengadakan *briefing* setiap sebelum bekerja dan pergantian *shift*.

3. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, *mood* termasuk salah satu faktor yang mempengaruhi pemberian tip. Dengan demikian hendaknya Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya selalu menciptakan suasana yang nyaman dengan cara menyambut konsumen dengan ramah, memutar musik yang merdu didengar, menata dengan baik meja dan kursi, untuk membantu konsumen membangun suasana hati yang baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdolvand, M. A., Hanzae, H. K., Rahnama, A., & Khoshpanjeh, M. (2011). The effects of situational and individual factors on impulse buying. *World Applied Sciences Journal*, 13(9), 2108-2117.
- Jones, W. (2000). *Food quality analysis*. Oregon: Noni Blessing Holdings
- Kothari, C. R. (2004). *Research methodology, methods & techniques*. New Delhi: New Age International (P) Limited Publisher.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen pemasaran* (11th ed.). Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lynn, M., Kwortnik R. J. & Sturman, M. C. (2011). Voluntary tipping and the selective attraction and retention of service workers in the USA: an application of the ASA model. *The International Journal of Human Resource Management*, 22 (9), 1887-1901.
- Mandias, R. dan Kristanti, M. (2006). Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi pemberian tip oleh pelanggan asing pada metode self service di Starbucks Coffee Discovery Mall-Bali dan metode table service di The Wave Coffee Bar-Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 2 (1), 27-35.
- Margono. (2004). *Metodologi penelitian pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Merriam-Webster. (2011). Tip. January 15, 2011. <http://www.merriam-webster.com/dictionary/tip>
- Millon, T., Blaney, P. H., & Davis, R. D. (1990). *Oxford textbook of psychopathology*. New York: Oxford University Press.
- Mischitelli, V. (2000). *Your new restaurant* (2nd ed.). Canada: Adams Media Corporation.
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L.L. Berry. (2009). *Service marketing: integrating customer focus accross the firm* (5th ed.). New York: McGraw-Hill Companies Inc.
- Sabath, A. M. (1993). *Business etiquette brief: the competitive edge for today's professional*. Massachusettes: Bob adams. Inc. Publishers.
- Santoso, S. (2002). *Buku latihan SPSS statistika parametik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2009). *Quantitative research methods, qualitative and r & d*. New York: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012.) *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, A. (2006). *Analisis regresi linier, ordinal, dan regresi logistic*. Surabaya: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Airlangga.