

Pengaruh Kemasan Food & Beverage Ramah Lingkungan Terhadap Kepuasan Konsumen

Sofiani¹, Tatiana Putri Yulia²

^{1,2}Universitas Bunda Mulia, Jakarta, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:
Received 15 January 2024
Received in revised form
23 January 2024
Accepted 13 February 2024
Available online 30 March
2024

Kata Kunci:
Kemasan Ramah
Lingkungan, Food &
Beverage, Kepuasan
Konsumen

ABSTRAK

Penggunaan kemasan plastik digunakan oleh semua usaha khususnya industri *food & beverage* sebagai tempat atau wadah untuk menyimpan makanan dan minuman. Tetapi seiring berjalannya waktu penggunaan kemasan plastik memiliki ancaman bagi kelestarian lingkungan. beberapa *coffee shop* mulai menerapkan konsep kemasan ramah lingkungan yang termasuk kedalam bagian *green marketing*. Hal ini juga di dasari sebagai bentuk kesadaran terhadap lingkungan untuk turut menjaga lingkungan. Dengan diadakanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak perubahan pola penggunaan produk tidak ramah lingkungan dengan mulai mengganti ke yang lebih ramah lingkungan dan memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan di industri food and beverage. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 398 responden. Pemilihan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *kemasan ramah lingkungan* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dimana kemasan yang digunakan serta *workshop* yang diadakan dapat mengajarkan dan menggambarkan kepedulianya terhadap lingkungan. Namun, melalui uji koefisien determinasi diketahui bahwa *kemasan ramah lingkungan* hanya berpengaruh sebesar 28% terhadap kepuasan pelanggan, yang disebabkan karena banyak konsumen yang belum memahami kegunaan dari *green product* dan 72% dipengaruhi oleh variabel lain.

ABSTRACT

Plastic packaging is used by all businesses, especially the food & beverage industry as a place or container to store food and drinks. But as time goes by, the use of plastic packaging poses a threat to environmental sustainability. Several coffee shops are starting to implement environmentally friendly packaging concepts which are included in the green marketing section. This is also based on a form of environmental awareness to help protect the environment. By conducting this research, it is hoped that it can have an impact on changing the pattern of use of non-environmentally friendly products by starting to replace them with more environmentally friendly ones and have a positive impact on sustainability in the food and energy industry. This research used quantitative methods, by distributing questionnaires to 398 respondents. Sample selection used non-probability sampling with a purposive sampling approach. The results of this research show that environmentally friendly packaging has an effect on consumer satisfaction. Where the packaging used and the workshops held can teach and illustrate concern for the environment. However, through the coefficient of determination test it is known that environmentally friendly packaging only has an effect of 28% on customer satisfaction, which is because many consumers do not understand the use of green products and 72% is influenced by other variables.

Keywords: Environmentally Friendly Packaging, Food & Beverage, Consumer Satisfaction

Pendahuluan

Dalam sektor pariwisata terdapat beberapa jenis industri yang berperan penting didalamnya, antara lain seperti industri akomodasi atau yang lebih dikenal dengan usaha perhotelan, tour & travel, dan juga industri *food & beverage*. Industri *food & beverage* merupakan perusahaan yang terlibat dalam pembuatan makanan dan minuman. Industri *food & beverage* juga merupakan salah satu bagian penting dalam sektor pariwisata, karena industri ini menggunakan makanan sebagai daya tarik utamanya. Industri usaha yang bergerak dalam bidang *food & beverage* seperti restoran, kantin, *cafeteria*, bar, *specialis restaurant*, dan

¹ Corresponding author.

E-mail : sofiani@bundamulia.ac.id

coffee shop. Berdasarkan data dari *Food Sustainability Index 2017* yang diumumkan oleh *The Economist Intelligence Unit (EIU)*, mengatakan bahwa negara yang menjadi penghasil limbah makanan terbesar kedua di dunia ialah Indonesia. Perkiraan limbah makanan yang dihasilkan di Indonesia sebesar 300 kg per orang per tahun dan sampah yang dihasilkan pada industri ini berasal dari hotel, restoran, *catering*, dan juga limbah rumah tangga. Sebagai contoh yaitu Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia melakukan sebuah penelitian di sebuah restoran, dan ditemukan beberapa makanan seperti bubur yang disajikan sebanyak 2 liter per hari. Yang dimana 0,25 sampai 0,5 sisa makanan tersebut akan dibuang. Penggunaan kemasan plastik digunakan oleh semua usaha khususnya industri *food & beverage* sebagai tempat atau wadah untuk menyimpan makanan dan minuman. Tetapi seiring berjalannya waktu penggunaan kemasan plastik memiliki ancaman bagi kelestarian lingkungan, yang dimana hal ini terkait dengan banyaknya *coffee shop* yang menggunakan kemasan plastik sebagai wadah makanan dan minuman. Menurut Undang-Undang Pengelolaan Sampah no 18 tahun 2008, mengatakan jika sampah kemasan yang terbuat dari plastik merupakan sampah dari sisa kegiatan sehari-hari yang banyak digunakan oleh manusia dan sangat berpotensi terjadinya pencemaran lingkungan. Sementara menurut *World Economic Forum (2020)*, karena kemasan plastik populer untuk digunakan tentunya akan semakin berpotensi mengganggu kelestarian lingkungan dengan jumlah sampah plastik akan membengkak setiap tahunnya. Tingginya jumlah sampah plastik tidak terlepas disebabkan karena gaya hidup masyarakat yang sering menggunakan plastik sebagai wadah atau kemasan untuk mengemas makanan dan minuman. Untuk mendukung pengurangan penggunaan kemasan plastik, beberapa *coffee shop* mulai menerapkan konsep kemasan ramah lingkungan yang termasuk kedalam bagian *green marketing*. Menurut Astuti, *et al.* (2021), *Green Marketing* menjadi sebuah strategi yang digunakan oleh perusahaan dengan memanfaatkan lingkungan sehingga dapat menciptakan suatu produk, dan nantinya dapat membuat konsumen lebih sadar dan memiliki kepedulian dalam melestarikan lingkungan. Oleh karena itu, beberapa *coffee shop* yang tersebar di Jakarta mulai menerapkan konsep *green product* sebagai suatu cara untuk mengurangi penggunaan kemasan plastik. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mengetahui pengaruh *green product* terhadap kepuasan pelanggan di industri food and beverage. Menurut Imam Ardiansya. (2021), Industri pariwisata merupakan salah satu bagian utama dalam pengembangan pariwisata, sehingga menghabiskan banyak sumber daya dan energi di muka bumi. Karena sektor perhotelan merupakan komponen besar dalam industri pariwisata, perhatian lebih diberikan pada dampaknya terhadap lingkungan. Ika Suryono. (2020), untuk mengakomodir kegiatan pariwisata yang ada sebagai sarana pemenuhan kebutuhan dan keinginan para wisatawan maka tumbuh pula persaingan di dalamnya untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan pelayanan yang berkualitas.

Menurut Nelli Rizayanti. (2021), salah satu faktor terpenting dalam meningkatkan kinerja pemasaran pada suatu perusahaan ialah kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut (Richard Olier dalam Zeithaml, *et al.* (2018), kepuasan pelanggan ialah sebuah tanggapan konsumen terhadap sebuah produk atau jasa yang sudah dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi para pelanggan. Menurut Saputra & Sudarsa. (2019), kepuasan pelanggan merupakan sebuah perasaan bahagia atau kecewa yang ditunjukkan seseorang terhadap suatu produk atau jasa setelah membandingkan hasil dengan harapannya.

Metode

Teknis Penelitian (*Explanatory Research*)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kesadaran masyarakat Indonesia dalam penggunaan produk ramah lingkungan. Penelitian memfokuskan kepada industri Food & Beverage seperti *café* dan kedai kopi dimana mayoritas industri ini menggunakan kemasan plastik yang masih belum ramah lingkungan untuk seluruh kegiatan operasionalnya. Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Menurut Sari, *et al.* (2022), *explanatory research* ialah jenis penelitian yang memaparkan mengenai kedudukan antara variabel-variabel yang ingin diteliti dan pengaruh dari variabel satu dengan variabel lain. Peneliti mengaplikasikan jenis *explanatory research* karena ingin membuktikan jika teori serta hipotesis yang diajukan dapat memperkuat teori dan hipotesis yang digunakan. Penelitian akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), serta untuk menyadari seberapa kuat pengaruh antar variabel penelitian dan untuk menunjukkan hubungan antara masing-masing variabel Yani Balaka & Abyan (2022).

Analisis Data

Teknik Analisis Data Untuk menjawab masalah yang dirumuskan dalam penelitian, maka teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut: Uji Validitas Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). hal

Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas
- Uji Multikolinearitas
- Uji Autokorelasi
- Uji Heteroskedastisitas

Regresi Linear Sederhana

Dalam penelitian ini, diketahui bahwa variabel X yang digunakan oleh peneliti adalah *Green Product* (X), sehingga pengujian yang dilakukan oleh peneliti adalah Uji Regresi Linear Sederhana. Menurut Sigit Santosa, *et al.*, (2020), Uji Regresi Linear Sederhana ialah teknik pendekatan yang dilakukan untuk mengukur pengaruh antar satu variabel dependen dengan satu variabel independen (bebas). Dalam analisis regresi sederhana, hubungan antar variabel bersifat linear dimana perubahan variabel X secara konsisten akan diikuti oleh perubahan variabel Y. Uji regresi linear digunakan untuk memastikan bagaimana pengaruh dari penggunaan kemasan ramah lingkungan terhadap kepuasan dari pada konsumen yang menggunakannya dan diharapkan dengan semakin besar kepuasan yang di rasakan oleh para konsumen dapat memberikan dampak kesadaran yang lebih baik lagi dalam menggunakan kemasan ramah lingkungan.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan dari data kuesioner yang telah terkumpul sebanyak 398 responden mengenai penerapan produk ramah lingkungan dalam meningkatkan kepuasan konsumen di industry food and beverage maka hasil yang di dapatkan adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak Ginting & Silitonga (2019), selain itu dengan melakukan uji normalitas peneliti akan mengetahui bahwa kuesioner tersebut telah diisi sesuai dengan pengalaman yang dirasakan konsumen. Dimana dalam metode *Kolmogorov-Smirnov* memiliki kriteria penelitian sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka data berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka data tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan tabel dari uji *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test* diatas, didapatkan hasil yang memperlihatkan bahwa *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0.155 dimana angka tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yaitu 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data diatas berdistribusi normal.

Tabel 1

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		398
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000
	Std. Deviation	4.14156051
Most Extreme Differences	Absolute	.039
	Positive	.039
	Negative	-.039
Test Statistic		.039
Asymp. Sig. (2-tailed)		.155 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction

Sumber: olahan peneliti (2023)

Regresi Linear Sederhana

Regresi Linear Sederhana merupakan jenis regresi linear yang mempunyai satu variabel bebas. Berikut merupakan hasil uji regresi linear sederhana pada penelitian ini:

Tabel 2
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	22.479	2.927		3.451	.000
	Kemasan Ramah Lingkungan	0.235	.012	.500	11.059	.000

Sumber: olahan peneliti (2023)

Berikut persamaan umum regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 22,479 + 0,235X$$

Maka persamaan diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 22,479, menunjukkan nilai pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 22,479.
- Nilai koefisien regresi X sebesar 0,235, menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% nilai kemasan ramah lingkungan, maka nilai kepuasan pelanggan bertambah sebesar 0,235.
- Nilai signifikansi sebesar 0,000, dimana nilai yang didapatkan lebih kecil daripada 0,05 yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak, sedangkan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Green Product* (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dimana pengaruh tersebut disebabkan karena kemasan ramah lingkungan yang dijalankan, seperti: 1. Persepsi produk, dimana industry food and beverage yang menggunakan bahan aman dan ramah lingkungan, kemasan yang digunakan mudah untuk didaur ulang atau diolah menjadi barang yang lebih bernilai, memiliki tingkat ketahanan yang cukup baik, dan tidak menggunakan bahan berbahaya sehingga dapat diaplikasikan dalam jangka waktu panjang. 2. Kemasan, memiliki kemasan yang dapat menggambarkan kepeduliannya terhadap lingkungan, mengadakan *workshop* guna mengajarkan masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan, memiliki desain kemasan unik dan simple mencerminkan kealamian dari bahan bakunya, dan menggunakan kemasan berbahan kaca dan kayu sehingga dapat digunakan kembali.
- Label, "*reuse reduce recycle*" dapat memotivasi konsumen untuk tetap menjaga lingkungan dan membuang sampah pada tempatnya.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 3
Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	22.479	2.927		3.451	.000
	Kemasan Ramah Lingkungan	0.235	.012	.500	11.059	.000

Sumber: data diolah (2023)

Uji T dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh kemasan ramah lingkungan terhadap variabel kepuasan pelanggan, dan pada penelitian ini uji-t akan dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25. Dan berdasarkan data diatas, hasil uji-t yang didapatkan oleh peneliti menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $11,059 > t_{tabel}$ 1,65 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga jika disimpulkan hipotesis pada penelitian ini memiliki hasil yaitu H_a diterima dan H_0 ditolak, dengan begitu dapat dijelaskan sebagai berikut

H_a = Penerapan produk kemasan ramah lingkungan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan konsumen di industry food and beverage

Berdasarkan hasil data pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai signifikan pada variabel kemasan ramah lingkungan adalah 0,000 yang dimana nilai signifikansi tersebut lebih kecil dibanding 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel kemasan ramah lingkungan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, faktor yang mempengaruhi kemasan ramah lingkungan terhadap kepuasan konsumen yaitu karena kebanyakan tempat yang merapkan kemasan ramah lingkungan sering melakukan *workshop* untuk mengedukasi para konsumen. Dimana dalam *workshop* tersebut para konsumen akan diajarkan cara mengolah sisa kemasan atau sisa sampah lainnya untuk dijadikan barang yang lebih berguna seperti sabun batang, hiasan, mangkuk, dan barang lainnya.

Dimana jika dikaitkan juga dengan hasil tertinggi di uji statistik deskriptif yaitu pada pernyataan "Kemasan food and beverage dapat menggambarkan kepeduliannya terhadap lingkungan", sehingga jika diartikan bahwa produk ramah lingkungan yang diterapkan sejalan dengan pernyataan diatas dimana dengan menggunakan produk ramah lingkungan dapat mengedukasi para konsumen untuk mengurangi timbunan sampah dan melindungi lingkungan dengan mengganti kemasan plastik menjadi kemasan berbahan dasar ramah lingkungan.

Hasil penelitian diatas sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Yuniarti Hadi, M. Risal, dan Muhammad Aqsa (2022) dengan judul "*Green Product and Consumer Buying Interest To Customer Satisfaction (Study On Customers Of The Icon Café Palopo City)*". Pada penelitiannya dikatakan bahwa *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana jika sebuah kafe menerapkan isu lingkungan maka akan berhubungan juga dengan kepentingan produsen seperti menciptakan sebuah strategi atau produk yang ramah lingkungan dan juga konsumen yang akan berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Dimana jika konsumen memahami isu lingkungan, maka konsumen akan lebih cenderung memilih produk yang ramah lingkungan.

2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar tingkat pengaruh kemasan ramah lingkungan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan secara parsial. Berikut hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini:

Tabel 4

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary		
Model	R	R Square
<i>Sense, feel, think, act, relate</i>	.280 ^a	.297

Sumber: olahan peneliti (2023)

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi diatas, diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,250. Dengan rumus koefisien determinasi adalah $R^2 \times 100\%$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kemasan ramah lingkungan dapat berpengaruh sebesar 28%. Dimana hal tersebut karena masih banyak konsumen yang belum memahami mengenai apa itu penerapan produk ramah lingkungan serta manfaat kegunaan dari penerapan produk ramah lingkungan, dan 72% dapat dipengaruhi faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini seperti harga, *servicescape*, dan kualitas layanan. Berdasarkan penelitian terdahulu, pada uji koefisien determinasi yang dilakukan oleh Yuniarti Hadi, M. Risal, dan Muhammad Aqsa (2022) dengan judul "*Green Product And Consumer Buying Interest To Customer Satisfaction (Study On Customers Of The Icon Café Palopo City)*" didapatkan hasil sebesar 0,99 atau 9,9% dalam memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dari penelitian terdahulu diatas dapat disimpulkan memang kemampuan yang dimiliki oleh variabel penerapan produk ramah lingkungan terhadap kepuasan pelanggan masih kecil, dimana hal tersebut disebabkan karena masih banyak terdapat konsumen yang memang tidak mengetahui penerapan produk ramah lingkungan sehingga memang diperlukannya pemahaman mengenai dan informasi lebih gencar lagi baik dari industri maupun pemerintah untuk mulai menerapkan pola produk ramah lingkungan. Banyak industri *food and beverage* yang masih menggunakan kemasan plastik tingginya minat konsumsi masyarakat terhadap industri *food and beverage* tentu saja mengharuskan industri ini ikut berkontribusi terhadap keselamatan lingkungan. Beberapa café dan kedai kopi mulai menggunakan kemasan ramah lingkungan sebagai bentuk dari kontribusi menjaga lingkungan, dengan menggunakan kemasan ramah lingkungan juga menjadikan industri ini berbeda dan menjadi daya tarik untuk para pembelinya. Dengan penerapan kemasan ramah lingkungan yang semakin merata tentu saja industri ini akan semakin berkembang dan berkontribusi banyak terhadap lingkungan. Kesadaran

masyarakat dalam memilih kemasan yang ramah lingkungan juga tentunya tidak luput dari kerja keras para pelaku industri dalam menerapkan kemasan ramah lingkungan yang semakin praktis dan menarik.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pada penelitian ini diketahui bahwa variabel kemasan ramah lingkungan memiliki pengaruh sebesar 28% terhadap kepuasan pelanggan dan 72% lainnya dipengaruhi faktor lain yang tidak dijelaskan oleh peneliti. Pada Uji Regresi Linear Sederhana kemasan ramah lingkungan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menerapkan *green product* sangat membantu untuk menjaga kelestarian lingkungan. Hanya saja masih banyaknya terdapat masyarakat yang tidak mengetahui mengenai *green product*. Sehingga perusahaan dapat melakukan kegiatan untuk mengedukasi para konsumen atau masyarakat dalam mengurangi dampak kerusakan lingkungan dari penggunaan plastik.

Saran

Berdasarkan dari hasil uji koefisien determinasi, bahwa kemasan ramah lingkungan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi diketahui dari hasil, bahwa kemasan ramah lingkungan hanya berpengaruh 28% terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dari hasil penelitian ini, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dapat lebih mengenalkan *green product* kepada para pelanggan melalui variasi *green product* yang terus dikembangkan agar semakin banyak pelanggan atau masyarakat yang lebih peduli dan memperhatikan *green product*.

Daftar Rujukan

- Astuti, M. &. (2021). Pengembangan Ekonomi Bangsa Melalui Inovasi Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Dewantara., Y. F. (2018). Kerak Telor: Kuliner Khas Ibu Kota Jakarta (Betawi). *Proceeding: National Conference Of Creative Industry Universitas Bunda Mulia*.
- Dianti, N. R. (2021). Green Product dan Keputusan Pembelian Konsumen Mud. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 130–142.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam Ardiansyah, H. I. (2011). Implementation of Green Hotel Management 5-Star Hotel in Jakarta, Case Study: The Dharmawangsa Hotel Jakarta. *Jurnal IOP Conference Series*, 2(3), 1-11.
- Murdata Wulansari, D. &. (2019). Pelaksanaan Operasional Food and Beverage Department Dalam Pencapaian Excelent Service Di Crystal Lotus Hotel Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, (Vol. 10, Issue 2).
- Saputra, S. &. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel&Apartment. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, Vol.9(Issue 2).
- Sari, M. R. (2022). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10–16.
- Suryono., I. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Matahari Kabupaten Bogor. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 5(2).
- Yani Balaka, M. &. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: www.penerbitwidina.com.