

PERBEDAAN KINERJA KUALITAS LAYANAN KARYAWAN RESTORAN SEDERHANA DAN NASI KAPAU THE VITKA CITY COMPLEX

Asman Abnur

Magister Terapan Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Politeknik Pariwisata Batam

asman@btp.ac.id

Agung Edy Wibowo

Magister Terapan Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Politeknik Pariwisata Batam

agungedy@btp.ac.id

ABSTRACT

The success of providing satisfaction to customer with, is to fit up what the customer looking at benefits which company has provided them. Success in culinary business management does not only depend on the menu offered but also on the packages delivered to customers, namely service of quality. The service quality factor in a culinary business of course related to the workforce or employees. It means that the employee must be having a better performance, because the culinary business is a kind of services business. Today, many business sectors affected by the presence of Covid-19. As a precautionary measure due to the COVID-19 pandemic. Several restaurants have offered a choice of dining services that can be reached by consumers, one of which is the existence of a Nasi Kapau restaurant. Nasi Kapau is a management choice strategy in serving consumers. Restaurant Nasi kapau is a new phenomenon in Batam, this restaurant always crowded with many customers in a long line. Saturation sampling was used in this research with 38 samples counted and processed. The result of this test show that; There is a significant difference in performance between employees of a Sederhana restaurant and a Nasi Kapau restaurant.

Keyword: **Restaurant, Service Quality, Performance, Satisfaction**

PENDAHULUAN

Covid-19 yang menyerang dunia memberikan efek signifikan di berbagai sektor dan aspek tata kelola kelembagaan, baik sektor formal maupun non formal baik aspek internal maupun eksternal, baik skala kecil maupun besar tipe bisnis maupun kegiatan sebuah organisasi. Efek dan dampak yang ditimbulkan dari serangan Covid-19 ini berakibat pada rendahnya mutu layanan dan tidak terpenuhinya target utama kegiatan dari organisasi.

Dari sekian sektor bisnis yang terdampak dengan hadirnya Covid-19 adalah sektor industri pariwisata. Industri yang merupakan bagian integral dari derasnya masuk pundi pundi pendapatan negara kehilangan kinerjanya. Hal ini masuk akal karena tidak banyak wisatawan yang berasal dari manca negara maupun domestik yang berpergian. Adanya penutupan periode tertentu yang berkorelasi dengan level keamanan dari penyebaran Covid-19, hal ini mempengaruhi kegiatan dan pendapatan para pelaku usaha wisata. Secara kasat mata beberapa lokasi dan obyek wisata terlihat lengang

dan sepi pengunjung. Fenomena yang sama meluas pada hampir semua industri pariwisata di belahan dunia. Salah satu dari bagian dari turunan industri pariwisata yang terdampak adalah industri kuliner.

Industri kuliner sebagai bentuk industri yang dekat dengan kebutuhan hakiki manusia yaitu kebutuhan dasar manusia untuk makan. Sebagai sebuah industri turunan dari dunia pariwisata keberadaan restoran tentu saja menjadi daya tarik bagi konsumen untuk meluangkan waktunya ketika mereka menginap di sebuah kota tertentu. Kota Batam saat ini telah menjadi sebuah kota tujuan wisata, sebelum Covid-19 menyerang cukup banyak dan ramai kehidupan wisata di kota ini. Di sudut ramai kota banyak tumbuh tempat makan berupa restoran dengan nama nama asing yang membawa *branding* negara asal menu sajian tersebut. Salah satu *brand* lokal yang sanggup mengimbangi ketertarikan wisatawan untuk menikmati sajian wisata kuliner di kota ini adalah restoran sederhana.

Sebagai bentuk adaptasi terhadap situasi pandemik, restoran sederhana tetap dan terus beroperasi dengan penerapan protokol kesehatan yang ketat. Semua dikerjakan demi mempertahankan laju arus pendapatan yang tentu saja terimbas dari dampak hadirnya pandemik akibat Covid-19, dan juga untuk terus bisa menjadi tempat bagi puluhan pekerja yang menggantungkan mata pencaharian mereka di restoran yang sudah memiliki *positioning brand* yang baik ini di benak pelanggan.

Perubahan perilaku belanja pelanggan sebagai akibat dari pandemik yang memiliki efek terhadap kemampuan belanjanya dapat memberikan pengaruh keinginan melakukan perpindahan merek lain. Hal ini disadari oleh manajemen restoran sederhana Harbour Bay Batam. Secara teori dapat dipahami bahwa perpindahan merek atau *brand switching* bisa terjadi karena pelanggan ingin mendapatkan pengalaman baru, coba coba, dan juga karena mencari kepuasan yang sama terhadap produk atau jasa yang memiliki fungsi sama namun memiliki harga yang lebih murah.

Kecenderungan perpindahan merek pada diri pelanggan tersebut ditanggapi pihak manajemen restoran sederhana dengan difersifikasi merek melalui produk baru berupa restoran Nasi Kapau yang berada di sebuah lokasi yang sedang bertumbuh menjadi *cluster* wisata kuliner baru di kota Batam. Tiga bulan berdiri, fenomena sebagai merek pendatang baru rumah makan Nasi Kapau tersebut menunjukkan perjalanan pengendapan merek yang baik di mata pelanggan, dimulai dari proses *aware, intention, desire* dan *action*. Bagian akhir dari hirarki perjalanan sebuah merek tersebut yaitu *action*, dapat terlihat dari ramainya pengunjung yang membuat barisan yang mengular dalam antiran panjang pelanggan yang ingin mencoba merek Nasi Kapau tersebut. Hal ini tentu saja menjadi keberhasilan manajemen dalam menghadirkan merek produk sebagai tanggapan dari kecenderungan pelanggan yang memiliki kategori *brand switcher* (Kotler dan Armstrong, 2011).

Keberhasilan memberikan kepuasan terhadap apa yang sedang dicari oleh pelanggan tentu akan memberikan benefit bagi perusahaan sehingga laju keuntungan dapat dijaga. Keberhasilan dalam tata kelola usaha kuliner tidak saja bergantung pada menu yang ditawarkan namun juga pada paket yang dihandarkan pada pelanggan yaitu layanan yang berkualitas. Faktor kualitas layanan dalam sebuah usaha kuliner tentu saja menyangkut tenaga kerja atau karyawan, karena usaha

kuliner adalah usaha yang *inseparable*, yaitu dimana produk dan jasanya tidak dapat dipisahkan untuk dibentuk menjadi paket yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Manajer yang mengelola dua buah *brand* tersebut yaitu merek Sederhana dan Nasi Kapau memiliki kesempatan untuk melihat ada atau tidaknya kesamaan kinerja layanan pelayan di kedua tempat yang berbeda ini, sehingga kedepan dapat dicari model inovatif lain dalam memenuhi keinginan, kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Hal ini dirasa perlu karena di era 4.0 dewasa ini persaingan bisnis menjadi sangat kompetitif dan sengit. Terlebih dengan bangkitnya pilihan tempat makan yang mengunggah makanan lokal khas daerah yang mulai menjamur memberikan nuansa wisata kuliner yang makin kompetitif. Dari telaah dan pendahuluan tersebut tujuan dari studi ini adalah ingin melihat dan menguji perbedaan kinerja kualitas layanan kuliner Restoran Sederhana dan Rumah Makan Nasi Kapau pada kawasan wisata kuliner di Kota Batam

Kinerja

Kinerja merupakan capaian hasil yang diperoleh melalui serangkaian aktivitas dengan menggunakan sumber daya organisasi guna mencapai sasaran yang telah ditetapkan manajemen. Kinerja adalah pengertian hasil akhir yang terukur dari suatu aktivitas, dalam Bahasa Inggris kata ini lebih melekat pada pengertian *job performance* atau *actual performance* (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai seseorang). Kinerja karyawan adalah hasil kerja atau nilai kerja atau kualitas dan kuantitas yang dicapai karyawan dalam melakukan pekerjaannya sesuai standar operasi kerjanya, tanggung jawabnya untuk dilaksanakannya. Dalam pengertian ini dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan adalah prestasi kerja atau hasil kerja (*output*) baik kualitas maupun kuantitas yang dihasilkan dan dicapai karyawan per satu periode pelaksanaan pekerjaan, tugas dan tanggung jawab yang telah diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2013)

Menurut (Mangkunegara, 2013) Indikator yang mempengaruhi pencapaian kinerja seseorang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Knowledge*

Adalah kemampuan karyawan yang lebih berorientasi pada ranah kognitif dan daya nalar dalam penguasaan ilmu yang dimiliki.

2. *Skills*
Kemampuan terhadap penguasaan operasional dan teknis pada bidang area yang dikerjakan seorang karyawan.
3. *Ability*
Kesanggupan yang terlahir dari sejumlah rangkaian kompetensi seseorang yang mencakup bertindak loyal, disiplin, bekerja sama dan bertanggung jawab.
4. *Motivation*
Antusiasme yang mendorong karyawan untuk mau dan sukarela dalam menjalankan setiap bagian pekerjaannya dengan baik dan tekad yang kuat demi mewujudkan tujuan bersama. Motivasi diartikan suatu sikap (*attitude*) karyawan terhadap situasi dilingkungan perusahaannya. Karyawan yang bersikap positif terhadap situasi kerjanya akan menunjukkan motivasi kerja yang tinggi, dan sebaliknya.

Kenyataan dalam sebuah kelompok kerja, *performance* atau kinerja seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor faktor tersebut diantaranya adalah:

1. Individual, yang dapat meliputi kemampuan dan keahlian, latar belakang, dan demografi lingkungan.
2. Psikologis, yang dapat meliputi persepsi, *attitude*, dan motivasi.
3. Organisasi, terdiri dari sumber daya, keteladanan pimpinan dan rancangan pekerjaan.

Kinerja karyawan adalah hasil kerja karyawan baik dari segi kualitas maupun kuantitas berdasarkan standar kerja yang telah ditentukan. Dengan demikian kinerja karyawan merupakan akumulasi koleksi nilai hasil dari atribut individu, yang menentukan kapasitas untuk mengerjakan sesuatu. Selain itu juga merupakan kerja dari dukungan organisasi yang memberikan kesempatan untuk melakukan sesuatu dalam lingkungan tersebut.

Pada kebanyakan kasus faktor – faktor internal dan faktor eksternal dapat menjadi motivasi intrinsik bagi seorang karyawan dalam melakukan pekerjaannya. Faktor internal tersebut yaitu faktor yang dihubungkan dengan sifat – sifat seseorang. Misalnya kinerja yang baik disebabkan karena karyawan mempunyai kemampuan tinggi, dan ditambah lagi sifat karyawan adalah karyawan yang suka bekerja keras, dan sebaliknya, jika karyawan berkinerja buruk disebabkan karena karyawan tersebut mempunyai kemampuan

rendah dan tidak memiliki upaya – upaya untuk memperbaiki kekurangannya. Sedangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja seseorang dapat disumbang dari perilaku, tindakan – tindakan rekan kerja, bawahan atau pimpinan, serta keberadaan fasilitas penunjang, insentif, rewards dan iklim organisasi.

Konsumen selalu memiliki gambaran dan harapan terhadap sebuah kerangka atau dimensi sebuah kualitas. Dan harapan tersebut memiliki variasinya dalam sebuah kerangka konsep masing masing, meskipun demikian *value* yang dipersepsikan akan sama, yaitu ketika apa yang dirasakan memiliki nilai yang sama dengan yang diharapkan atau bahkan lebih. Ketika hal tersebut terjadi yaitu, harapan konsumen sama atau lebih rendah dari kenyataan yang mereka rasakan, maka konsumen akan menyatakan bahwa layanan yang mereka rasakan adalah berkualitas.

Kualitas Pelayanan

Bagi perusahaan kualitas pelayanan adalah sebuah keharusan, dan itu perlu dijaga dan ditingkatkan dalam persaingan bisnis dewasa ini. Kualitas pelayanan menjadi tolok ukur bagaimana suatu usaha bisnis tetap dan terus menjadi unggul dalam menyediakan jasa dan pelayanan yang baik bagi para pelanggannya secara tetap tentu dan konsisten selama transaksi dijalankan. Sebagai suatu bentuk aktivitas, kualitas pelayanan menurut (Tjiptono, 2008) dapat diungkapkan dalam bentuk ruang dan variabelnya. Variabel tersebut adalah:

1. Tangible

Jika dihubungkan dengan pemaknaan kinerja karyawan maka ini dapat berupa gesture dan cara karyawan memberikan sajian dan hidangan pada konsumen

2. Reliability

Jika dihubungkan dengan pemaknaan pada kinerja karyawan maka ini dapat berupa kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, tepat dan dapat dipercaya.

3. Responsiveness

Jika dihubungkan dengan pemaknaan pada kinerja karyawan maka ini dapat berupa kesediaan dan kemampuan untuk membantu para pelanggan dan daya tanggap atau *agility* terhadap kebutuhan pelanggan.

4. Assurance

Jika dihubungkan dengan pemaknaan pada kinerja karyawan maka ini dapat berupa keyakinan dan

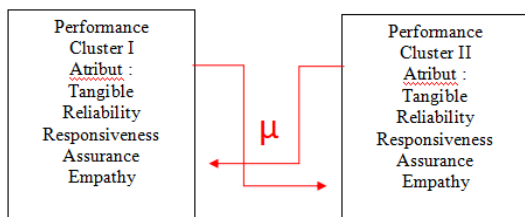
jamina kepada pelanggan bahwa karyawan dapat, dipercaya, bebas dari bahaya, tidak berisiko atau menimbulkan keragu-raguan.

5. *Empathy*

Jika dihubungkan dengan pemaknaan pada kinerja karyawan maka ini dapat berupa penciptaan keadaan bahwa karyawan sanggup melihat apa yang menjadi kebutuhan pelanggan, memberi kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, menunjukkan respek pada kebutuhan pelanggan.

PENELITIAN TERDAHULU

1. (Suhardi, 2017)) penelitian dengan judul pengaruh motivasi, kompetensi, lingkungan kerja, kompensasi terhadap *organizational citizenship behavior* dan kinerja karyawan asuransi jiwa di Provinsi Kepulauan Riau. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa kompetensi memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan, Hasil kedua menyatakan lingkungan kerja memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.
2. (Wibowo, 2017) penelitian berjudul analisis faktor faktor yang mempengaruhi *bahavioural intention*. Hasil dalam penelitian ini dapat disarikan dalam suatu kesimpulan bahwa budaya yang merupakan faktor instrisik yang diserap menjadi suatu nilai dan *value* individu dapat menjadi motivasi untuk bertindak dan bisa mengarah menjadi bentuk kinerja yang produktif maupun sebaliknya bagi seseorang.
3. (Wasiman, 2019) penelitian berjudul *Effect of Organizational Culture, Rewards, Competence, And Organizational Citizenship Behavior on organizational Commitment, Intention to Leave*. Hasil dari penelitian menyiratkan bahwa kultur organisasi dapat memberikan sumbangan terhadap berperilaku seseorang. Artinya bahwa performance atau kinerja seseorang dapat ditingkatkan dari suasana dan budaya yang ada di lingkungannya.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Dalam kajian ini hipotesis yang diajukan adalah terdapat perbedaan kinerja kualitas layanan kuliner karyawan Sederhana dan Rumah Makan Nasi Kapau yang ada pada kawasan wisata kuliner vitka city complex di Kota Batam

METODE

Disain penelitian yang digunakan menggunakan model *comparative explanatory* yang dikerjakan melalui tahapan pengumpulan data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam dengan pengawas pekerja pada unit sampel penelitian. Observasi dilakukan guna mendapatkan gambaran dan visual aktivitas fisik yang dapat dinilai dan diukur (Wibowo, 2021). Wawancara dilakukan dalam rangka menggali informasi yang kemudian ditambahkan menjadi item item pertanyaan yang bersifat tertutup (*close ended*). Perolehan data didapatkan melalui proses berjenjang. Proses dimaksud adalah penyelesaian secara lengkap dilakukan terlebih dahulu pada kelompok pertama dan pada waktu yang lain dilakukan proses yang sama pada kelompok atau cluster kedua. Sampel yang digunakan pada penelitian ini didasarkan pada kriteria sampel yang memiliki ciri ciri; telah bekerja lebih dari 1 tahun lamanya, berdomisili di wilayah Batam, berusia kurang dari 55 tahun, dan tidak memiliki pasangan hidup yang bekerja di tempat yang sama d unit obyek penelitian. Sedangkan model pengambilan sampel yang digunakan adalah *saturated sampling*, dimana anggota populasi dalam penelitian ini, yang termasuk ke dalam 2 kelompok sampel dijadikan anggota sampel penelitian (Sugiyono, 2009).

Skala Likert digunakan dalam penelitian ini, skala tersebut untuk mengukur atribut kinerja kualitas layanan karyawan di kedua kelompok tersebut. Skala likert dianggap cocok untuk mengungkap dimensi sikap, pendapat atau persepsi seseorang atau sekelompok tentang peristiwa, keadaan dan atau gejala sosial (Sugiyono, 2013) Skala yang digunakan tersebut adalah; Tabel 1. Skala *Likert*

Skala Likert	Kode	Nilai
Sangat Baik	SB	5
Baik	B	4
Cukup Baik	CB	3
Tidak Baik	TB	2
Sangat Tidak Baik	STB	1

Sumber: Sugiyono (2012: 80)

PEMBAHASAN

Tabel 2. Deskripsi Karyawan Berdasarkan Unit Kerja

Restoran					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sederhana	19	52.8	52.8	52.8
	Nasi Kapau	17	47.2	47.2	100.0
	Total	36	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa karyawan berada pada unit kerja di restoran sederhana sebanyak 19 orang atau 52.8%, sedangkan yang berada pada rumah makan Nasi Kapau berjumlah 17 orang atau 47.2%.

Tabel 3. Deskripsi Karyawan Berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 sampai 35 tahun	21	58.3	58.3	58.3
	lebih dari 35 Tahun	15	41.7	41.7	100.0
	Total	36	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa karyawan yang berusia 20 sampai dengan 35 tahun berjumlah 21 orang atau 58.3%, sedangkan karyawan yang berusia lebih dari 35 tahun berjumlah 15 orang atau 41.7%.

Tabel 4 Deskripsi Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	25	69.4	69.4	69.4
	perempuan	11	30.6	30.6	100.0
	Total	36	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa karyawan yang berjenis kelamin laki laki berjumlah 25 orang atau 69.4%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 11 orang atau 30.6%.

Tabel 5 Deskripsi Karyawan Berdasarkan Status

Status					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	menikah	28	77.8	77.8	77.8
	belum menikah	8	22.2	22.2	100.0
	Total	36	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa karyawan yang berstatus sudah menikah berjumlah 28 orang atau 77.8%, sedangkan yang belum meikah berjumlah 8 orang atau 22.2%.

Tabel 6 Uji Beda Rata Rata

kelompok	Kinerja	rata rata	Sig 2 -tailed
unit kerja;	sederhana	2.564	0.049
	Nasi Kapau	2.411	
Usia;	usia 20 sd 35 th	2.568	0.020
	usia di atas 35 th	2.386	
jenis kelamin;	laki laki	2.474	0.497
	perempuan	2.533	
Status;	menikah	2.476	0.440
	belum menikah	2.550	

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa unit kerja yang terdiri dari sederhana dan Nasi Kapau memiliki perbedaan kinerja yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai untuk pengujian perbedaan rata rata kedua kelomok tersebut berada pada tingkat sig-2 tailed sebesar 0.049; (sig-2 tailed < 0.05). Sedangkan usia yang dibagi kedalam 2 kelompok yaitu, kelompok 20 sampai dengan 35 tahun dan kelompok di atas 35 tahun memiliki perbedaan kinerja yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai untuk pengujian perbedaan rata rata berada pada tingkat sig-2 tailed sebesar 0.020; (sig-2 tailed < 0.05). Selanjutnya jenis kelamin yang dibagi ke dalam 2 kelompok yaitu, laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan kinerja yang tidak signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai untuk pengujian perbedaan rata rata berada pada tingkat sig-2 tailed sebesar 0.497; (sig-2 tailed > 0.05) Sementara status yang dibagi kedalam 2 kelompok yaitu, menikah dan belum menikah memiliki perbedaan kinerja yang tidak signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai untuk pengujian perbedaan rata rata berada pada tingkat sig-2 tailed sebesar 0.440; (sig-2 tailed < 0.05) (Wibowo, A.E., Wulandari, 2020).

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, terdapat perbedaan kinerja kualitas layanan kuliner karyawan restoran Sederhana dengan rumah Makan Nasi Kapau yang ada pada kawasan wisata kuliner Vitka City Complex di Kota Batam, diterima. Hal ini dapat dijelaskan dari sisi aktual kondisi saat ini dimana restoran sederhana jauh lebih lama berdiri dan telah melayani konsumen lebih dari 3 tahun. Lamanya waktu tentu saja telah memberikan bukti tata kelola yang diadopsi menjadi suatu *value* layanan yang baik yang dapat sejajar dengan ekspektasi para pelanggan. Hal ini tentu saja berbeda dengan rumah makam Nasi Kapau yang masih baru dalam hal beroperasi.

Aspek lain yang dapat menjadi daya ungkit perbedaan layanan adalah model dari *services pattern* yang diberikan. Restoran sederhana telah terbukti memberikan layanan lebih, pada model layanan hidangan

dan non hidang sehingga sentuhan kedekatan personal layanan lebih dirasakan oleh pelanggan, hal ini berbeda dengan model serta gaya layanan rumah makan Nasi Kapau yang lebih menitik beratkan pada pola dan gaya layanan prasmanan. Pada aspek tersebut, dilihat dari segi kepengelolaan bisnis, maka diferensiasi penerapan gaya layanan yang dilakukan oleh manajemen pemilik restoran dan rumah makan Nasi Kapau tersebut telah berhasil memberikan pilihan yang kompetitif, namun masih tetap mendatangkan keuntungan di antara kompetitor yang diciptakan sendiri, *rivalry among own business*.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler dan Armstrong. (2011). *Marketing Management International, 5th Prentice Hall. Upper Sadle River. New Jersey*.
- Mangkunegara. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Alfabeta, Bandung*. 85.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Alfabeta, Bandung*. 268.
- Suhardi,S.(2017). Pengaruh Motivasi,Kompetensi,Lingkungan Kerja,Kompensasi terhadap Organizational Citizenship Behaior dan Kinerja Karyawan Asuransi di Provinsi Kepulauan Riau. *Benefita*, 2(1), 55–71.
- Tjiptono, F. (2008). *service management : Mewujudkan Layanan Prima* (1st ed.). ANDI.
- Wasiman. (2019). Effect Of Organizational Culture, Rewards, Competence, And Organizational Citizenship Behavior. *Journal of Archives of Business Research – Vol.7, No.6 Publication Date: June. 25, 2019 DOI: 10.14738*.
- Wibowo, A.E., Wulandari, Y. (2020). *SPSS dalam Riset Layanan Jasa dan Kesehatan* (1st ed.). Gava Media Yogyakarta.
- Wibowo, A. E. (2017). Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention. *Rekaman*, 1(2017), 74–88.
- Wibowo, A. E. (2021). *Metodologi Penelitian Pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah. Penerbit Insania, Cirebon*.