

Implementasi Etika Bisnis dan Kualitas Produk Pada Novel *Rendez-Vous Di Angkringan Paijan* Karya Kimberly Harjawinata

Olivia Retika Sari¹

Universitas Teknologi Yogyakarta

Luh Narayanti²

Universitas Teknologi Yogyakarta

Eva Dwi Kurniawan³

Universitas Teknologi Yogyakarta

Alamat: Jl. Ringroad Utara Jombor, Sleman, Yogyakarta

Korespondensi penulis: olivia.5210111076@student.uty.ac.id¹ narayanti@student.uty.ac.id²
eva.dwi.kurniawan@staff.uty.ac.id³

Abstract.

Angkringan is a place for appointments for all groups. The angkringan owner, who heard all the conversations in his tent, ended up becoming a victim of fighting. Not only are they victims of fighting against each other, angkringan owners are faced with the problem of increasing prices for production materials. These two things cause angkringan traders to be able to maintain their business. This research uses a qualitative method with descriptive results and also uses a heuristic reading method, namely by reading thoroughly. The data source was taken from the novel "Rendez-Vous di angkringan paijan" by Kimberly Harjawinata and other data sources, namely books and journals that are appropriate to the topic under study. By being professional and applying ethics in business, angkringan traders have the trust of customers and suppliers. Suppliers will have more confidence in their customers to cooperate. Angkringan traders also have no problem making a small profit, because the main thing for angkringan traders is to be consistent in product quality, so customer satisfaction will also be met.

Keywords: *Business ethics, Product quality, Going concern, Customers, Suppliers*

Abstrak.

Angkringan menjadi tempat untuk janji temu semua kalangan. Pemilik angkringan yang mendengar semua pembicaraan yang ada di tendanya, berakibat menjadi korban adu domba. Tidak hanya menjadi korban adu domba, Pemilik angkringan dihadapkan dengan masalah harga bahan produksi yang meningkat. Kedua hal tersebut yang menyebabkan pedagang angkringan harus bisa mempertahankan usahanya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan hasil deskripsi dan juga menggunakan metode membaca secara heuristik, yaitu dengan membaca secara tuntas. Sumber data diambil dari novel "Rendez-Vous di angkringan paijan" karya Kimberly Harjawinata dan sumber data lainnya yaitu buku-buku serta jurnal-jurnal yang sesuai dengan topik yang di teliti. Dengan bersikap profesional dan menerapkan etika dalam berbisnis,

Received November 24, 2023; Revised November 27, 2023; Accepted Desember 1, 2023

* Olivia Retika Sari, olivia.5210111076@student.uty.ac.id

pedagang angkringan memiliki kepercayaan dari pelanggan dan pemasok. Pemasok akan lebih percaya kepada langganannya untuk bekerjasama. Pedagang angkringan juga tidak masalah mendapat keuntungan sedikit, karena hal utama bagi pedagang angkringan adalah konsisten terhadap kualitas produk, maka kepuasan pelanggan juga akan terpenuhi.

Kata kunci: Etika bisnis, Kualitas produk, Kesenambungan Usaha, Pelanggan, Pemasok

LATAR BELAKANG

Kehidupan masyarakat perkampungan yang berada di Yogyakarta, masih beranggapan bahwa hidup itu tidak jauh dari kata *srawung*. *Srawung* merupakan Bahasa Jawa yang memiliki arti bergaul atau bersosialisasi, sehingga terdapat istilah ‘*ora srawung, rabi lan matimu suwung*’ yang artinya jika tidak bersosialisasi, maka pernikahan dan kematiannya akan sepi. Namun, bagi seorang pedagang yang berdagang di kampungnya sendiri tidak hanya ‘*rabi lan mati*’ tapi juga dengan usahanya yang akan sepi. Hal ini yang perlu diperhatikan oleh para pedagang yang memiliki usaha di kampung sendiri.

Di sisi lain terdapat bahan-bahan produksi yang mengalami kelangkaan dan harga menjadi tinggi. Kenaikan biaya bahan produksi menjadi pertimbangan dalam memutuskan harga jual agar tetap memperoleh keuntungan tanpa mengurangi kualitas produk. Kualitas produk serta cara bersikap yang diterapkan saat berbisnis sangat mempengaruhi kesinambungan usaha. Hal tersebut yang dipertahankan oleh seorang pedagang angkringan di novel “Rendez-vous di Angkringan Paijan” Karya Kimberly Harjawinata.

Pada novel “Rendez-vous di Angkringan Paijan” Karya Kimberly Harjawinata ini menceritakan Paijan seorang pedagang angkringan yang harus menghidupi keluarganya. Tidak mudah bagi Paijan untuk bertahan di lingkungan yang dapat meredupkan usahanya kapan saja. Paijan yang pribadinya konsisten dalam takaran dan bahan produksi jualannya dihadapkan dengan kenaikan harga dan kelangkaan bahan produksi, sehingga Paijan perlu mengambil keputusan harga jual jualannya agar tetap mendapat keuntungan. Penulis ingin mengetahui cara Paijan dalam mempertahankan usaha angkringannya. Dengan demikian, penulis menentukan judul dalam penelitian ini yaitu

“Implementasi Etika Bisnis Dan Kualitas Produk Pada Novel “Rendez-Vous Di Angkringan Paijan” Karya Kimberly Harjawinata”.

Etika bisnis dapat diartikan sebagai nilai-nilai dan norma-norma yang dilakukan oleh individu dan kelompok dalam menjalankan kegiatan bisnis (Putrantri & Marlina, 2023:139). Fokus Etika bisnis yaitu pada Kejujuran, Keadilan dan Kebenaran. Etika bisnis berhubungan secara kuat dengan kepuasan pelanggan. Etika bisnis memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalini kata hubungan yang kuat dengan Perusahaan (Fauzan & Nuryana, 2014:39).

Produk merupakan apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Akan percuma bila perusahaan penjual barang/jasa yang memiliki kualitas pelayanan prima diberbagai departemennya, namun Perusahaan tersebut tidak dapat menjaga kualitas dari produknya, terutama bagi perusahaan dibidang restoran yang tidak menggunakan bahan baku yang segar dan berkualitas tinggi (Haryanto, 2013:1466). Kualitas produk adalah kepuasan suatu produk yang diputuskan oleh pelanggan yang didasarkan pada pengalaman aktual terhadap ptdok atau jasa yang diukur berdasarkan ketentuan yang ada (Roselina & Niati, 2019:225).

Pada penelitian (Kusumastuti & Kusuma, 2022:101) membahas mengenai Angkringan Sebagai Ruang Publik dan Sarana Interaksi Sosial di Kota Bogor. Menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan paradigma interpretif. Menjelaskan bahwa Pelanggan angkringan yang individualisme dan materialisme menjadikan komunikasi hanya kepada pihak yang dikenalnya. Penelitian (Triana, Pranitasari, & Marichs, 2017:120) membahas mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D’besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan). Penelitian ini menggunakan metode survey dengan pengumpulan data secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Terdapat banyak penelitian yang membahas mengenai usaha angkringan, namun belum terdapat penelitian mengenai usaha angkringan yang mempertahankan kualitas produk dan mengelola sikap yang baik. Oleh karena itu, Peneliti ingin mengetahui secara mendalam mengenai etika dan kualitas bisnis yang diterapkan oleh pedagang

angkringan pada novel "Rendez-vous di Angkringan Paijan" Karya Kimberly Harjawinata.

KAJIAN TEORITIS

Etika Bisnis

Etika merupakan aturan yang memuat norma dan moral atau tata cara yang dapat digunakan untuk pedoman dalam melakukan perbuatan yang baik dan benar. Sedangkan bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individual atau sekelompok dalam memproduksi dan mendistribusikan barang atau jasa. Jadi etika bisnis dapat diartikan sebagai suatu konsep yang memuat nilai moralitas yang baik dan benar pada standar moral yang diterapkan dalam kebijakan dan perilaku bisnis. Etika bisnis merupakan seperangkat nilai tentang baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas (Dahmari & Bhayangkari, 2020:1).

Etika bisnis menjadi faktor kelangsungan hidup suatu usaha, dengan penerapan perilaku bisnis yang bermoral akan menimbulkan kepercayaan terhadap pihak eksternal dan internal. Menurut (Widowati, Sinaga & Herpratiwi, 2023:687) Etika bisnis dipercaya sebagai cara untuk mempertahankan bisnis dan harus diterapkan oleh seluruh pihak.

Pemasok

Pemasok adalah pihak yang menyediakan barang, jasa dan bahan baku yang berkualitas yang dibutuhkan oleh pelaku bisnis. Dalam menyediakan barang, jasa, dan bahan baku pemasok harus menerapkan etika bisnis yang baik yang dapat dipercaya oleh pelaku bisnis, sehingga dengan etika yang baik maka pelanggan dari pemasok tersebut bisa menjadi pelanggan tetap, tidak hanya pemasok pelanggan yang menjadi pelaku bisnis juga harus memiliki etika dalam memilih pemasok sehingga bahan baku yang diperoleh berkualitas tinggi.

Pemasok sebagai pihak penyedia bahan baku sangat berperan penting dalam menentukan kualitas produk dan kelancaran suatu usaha. Pemilihan pemasok merupakan salah satu hal penting dalam aktivitas pembelian bahan baku olahan maupun produk jadi siap pakai (Kurniawan, Astuti, & Cahyadi, 2022:32). Komitmen pemasok

menganggap kelanjutan hubungan dengan pembelinya merupakan hal yang harus dijaga dengan baik (Bowo, 2003:87).

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan suatu barang atau produk yang memiliki kemampuan dalam mempertahankan kualitas, daya saing dan dapat memenuhi keinginan dari pelanggan.

kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kepuasan konsumen. kepuasan konsumen tersebut diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta nilai atributlainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan. (Setyani & Gunadi, 2020:94).

Kualitas produk dapat dipengaruhi oleh etika bisnis yaitu dalam pemilihan produk yang bagus dan baik diperlukannya etika. Berkaitan dengan nilai moralitas seseorang sehingga dalam pemilihan kualitas produk akan lebih memperhatikan kepuasan pelanggan dalam kelangsungan bisnis.

Pelanggan

Pelanggan merupakan individu atau sekelompok yang akan membeli suatu produk dan barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku bisnis. Dalam membangun bisnis pelaku bisnis akan lebih memperhatikan tindakan yang etis yaitu dengan menjaga tutur kata yang baik sehingga dapat membangun citra usaha dan pelanggan akan menjadi puas atas perilaku dari pelaku bisnis. Menurut Mowen dan Minor dalam (Kurriwati, 2015:49) kepuasan konsumen adalah sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

Suatu usaha yang memperhatikan kepuasan dari pelanggan, pastinya juga akan memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan menjadi dasar suatu usaha terus berkesinambungan. Menurut Peter dan Osmon dalam (Widyana & Firmansyah, 2021:4) Menyatakan kepuasan konsumen adalah konsep penting dalam konsep pemasaran dan penelitian konsumen, sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau merek, mereka akan secara terus menerus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan kepuasan produk tersebut.

Kesinambungan Usaha

Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendrawati, Rahadhini & Triastity, (2017:627) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan konsumen. Dimana tingkat kepuasan konsumen dapat meningkatkan kelangsungan usaha

Kesinambungan usaha berkaitan dengan etika bisnis dan kualitas produk, karena berkaitan dengan kepuasan dari pelanggan serta kepercayaan dari pemasok. Hal itu dikarenakan etika yang diterapkan oleh pelaku bisnis akan mempengaruhi kelangsung usaha. Etika yang baik dalam memberikan kualitas produk berdampak pada kepuasan pelanggan yang diberikan oleh pelaku bisnis akan membantu usaha dalam berkesinambungan, sehingga pelaku bisnis dapat mempertahankan usahanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian yang menghasilkan sebuah deskripsi. Menurut Ratna dalam (Hidayah, 2018:3) yang menyatakan bahwa deskripsi yang dimaksud dalam hal ini kemudian dilanjutkan dengan analisis sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan. Setelah memperoleh data kemudian dideskripsikan dan dianalisis sesuai dengan rumusan masalah yang ada. Penelitian ini menggunakan metode membaca secara *heuristic*, Metode ini merupakan metode membaca secara menyeluruh.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber pada kepustakaan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah novel "Rendez-vous di Angkringan Paijan" Karya Kimberly Harjawinata. Novel ini diterbitkan oleh Citra Airiz Sleman pada tahun 2022. Novel ini bersampul warna biru, terdapat gambar gerobak angkringan. Jumlah halaman pada novel ini berjumlah 264 halaman. Selain itu, sumber data lain diambil dari buku- buku dan jurnal-jurnal yang relevan dengan topik penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Angkringan merupakan tempat untuk bersinggah, mengobrol, bertemu dan bahkan menjadi tempat mencurahkan hati. Menurut (Dewi, 2019:107) Angkringan hingga kini masih tetap eksis di kalangan masyarakat. Jumlahnya pun semakin banyak dan tersebar di berbagai wilayah. Angkringan yang notabennya '*warunge wong cilik*' atau warungnya orang kecil, nyatanya mampu memikat minat masyarakat kalangan atas. Mereka tidak segan-segan berkunjung dan menikmati hidangan yang disajikan di angkringan.

Paijan sebagai seorang pedagang angkringan pasti mendengar semua pembicaraan yang terjadi di tendanya. Sehingga, Paijan mengambil sikap dengan cara tidak menyebarkan percakapan yang didengar kepada orang lain. Sehingga, tidak ada yang di rugikan dan usahanya tetap berkesinambungan.

Dengan menjaga sikap, pelanggan dan pemasok akan lebih percaya dengan usaha dagangannya. Pemasok dengan senantiasa bersedia bekerjasama disaat bahan produksi sedang tinggi dan mengalami kelangkaan. Sehingga, tidak perlu khawatir akan kehabisan bahan produksi dan kualitas produk tetap sesuai dengan harapan para pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap perbandingan antara kinerja yang diharapkan dan kinerja yang diterima apakah sesuai dengan harapan sebelumnya atau tidak. Kepuasan tersebut akan dirasakan oleh pelanggan apabila pelanggan telah menggunakan produk atau jasa. (Sudirman & Baddrusaman, 2020)

Etika Bisnis

Sikap yang diambil selama menjalankan bisnis merupakan salah satu bagian dari etika bisnis. Sikap yang diterapkan di dalam bisnis dapat memberikan kepercayaan kepada pelanggan dan Pemasok. Sikap yang diterapkan di novel ini ialah Etika berbicara hingga cara mengolah informasi yang didapat. Sehingga, kunci dalam kelangsungan usaha yaitu memiliki sikap baik serta kepercayaan dari pelanggan dan Pemasok.

Menurut (Laura & Joe, 2011:3) Etika Bisnis sebagai sebuah proses dalam pengambilan keputusan yang bertanggung jawab. Secara sederhana dapat dijelaskan, bahwa skandal-skandal dan kekacauan yang dialami oleh setiap insitusi dan individu yang telah disebutkan sebelumnya merupakan akibat dari kegagalan etis (Ethical Failures).

Peristiwa Ngatirah yang lari ke tendaku tersebar luas di antara para tetanggaku. Aku dan Darti tidak menceritakan hal itu kepada siapa pun, tapi tampaknya bapak-bapak lain bercerita kepada istri mereka, dan para istri itu menyebarkan ke orang lain, lalu orang lain itu menyebarkannya lagi sedemikian rupa. (Harjawinata, 2022:13)

Berhati-hati dalam berbicara merupakan salah satu etika dalam bisnis. Menjaga rahasia dari cerita yang dipercayakan, jangan sampai kepercayaan terhadap bisnis berkurang. Paijan dan istrinya yang tidak menceritakan peristiwa kekacauan yang terjadi di tendanya merupakan tindakan etis untuk menjaga kelangsungan usahanya.

Tapi niat jahat itu hanya ada dalam pikiranku. Aku masih ingin mempertahankan namaku sebagai paijan yang tidak punya rencana jahat kepada orang lain. (Harjawinata, 2022:102)

Berniat licik kepada seseorang sering kali terlintas di pikiran. Namun, Seorang yang beretika tidak akan melakukan kelicikan tersebut walau hanya dengan konteks bercanda. Jika perbuatan licik tersebut fatal dan dapat merugikan pihak lain maka, orang akan selalu mengingat hal buruk tersebut dan berdampak pada usaha bisnis yang dijalankan. Begitu dengan paijan yang ingin tetap usaha bisnisnya bertahan, ia tidak mau bisnis yang dibangunnya hancur begitu saja hanya karena adanya pikiran licik kepada seseorang.

Aku sama sekali tidak tertarik menanggapi kata-kata Yu Kancil karena dia hobi memutarbalikan fakta. Nanti kalau aku dan Darti komentar, bisa-bisa dia bilang kalau kami yang mengatakan Nanik mulutnya jelek. Dia suka sekali mengadu domba . karena aku dan Darti Cuma bilang 'iya, iya', dia pergi lagi dengan wajah kesal dan mencari orang lain lagi yang mau diprovokasi. (Harjawinata, 2022:207)

Mengolah informasi yang didapat dan tidak menerima informasi secara mentah-mentah agar tidak mudah untuk di adu domba. Mengontrol emosi dan tidak mudah tersulut oleh provokator untuk menjaga kelangsungan bisnis. Paijan yang mengetahui bahwa ia akan di adu domba oleh yu kancil, ia tidak mudah tersulut emosi dan tidak langsung menerima semua informasi yang dikatakan. Paijan percaya bahwa ia juga akan

diberitakan yang tidak mungkin kepada orang lain jika ia langsung menerima informasi yang didapatnya.

Pemasok

Pemasok akan lebih percaya dengan rekan kerjasamanya jika rekannya tersebut memiliki etika dalam berbisnis. Menjalani hubungan bisnis dengan Pemasok merupakan elemen terpenting dalam menjalankan usaha selain pelanggan.

Menurut (Kurniawati, Yulindo, & Widodo, 2013:25) Pemilihan pemasok adalah masalah pengambilan keputusan yang melibatkan multi-person. Input diperoleh dari pendapat para ahli yang memiliki cara pandang, tanggung jawab, pengalaman sebagai pengambilan keputusan.

Hari ini truk gas elpiji datang dan penjual langgananku memberitahuku, jadi aku harus segera kesana mengambil gas pesananku. (Harjawinata, 2022:16)

Akhirnya aku beli cabe yang sudah agak layu, itu pun harus berebut dengan pembeli lain. Untungnya aku punya penjual langganan yang mau menyisakan untukku. (Harjawinata, 2022:89)

Keuntungan memiliki Pemasok langganan ialah disaat bahan mengalami kelangkaan. Usaha akan tetap berjalan tanpa bingung mencari bahan di tempat lain yang bisa jadi telah dipesan oleh orang lain. Paijan yang beretika sehingga memiliki kepercayaan untuk bekerjasama dengan Pemasok. Dengan hal itu, Paijan tidak perlu pusing dalam mencari bahan atau barang langka.

Kualitas Produk

Kualitas produk menjadi pengaruh dari kepuasan pelanggan. Sehingga, masih berkaitan dengan etika bahwa mengambil keputusan untuk tetap mempertahankan kualitas produk merupakan etika dalam bisnis. Etika dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga usaha tetap berkesinambungan.

Menurut (Ariani, 2003:12) kualitas secara garis besar orientasinya adalah kepuasan pelanggan yang merupakan tujuan Perusahaan atau organisasi yang berorientasi pada kualitas.

Harga jahe naik. Sekilo enam puluh ribu rupiah, ini pukulan berat bagi para penjual wedang jahe. Mau dikurangi jumlah jahenya, nanti menurunkan mutu.

kalau dinaikkan harganya, pasti tidak laku dan akan menuai protes dari para pelanggan. kalau tetap jumlahnya, biaya produksi jadi bengkak. Aku bicara dengan Darti dan mengambil keputusan bahwa aku tetap akan memakai jahe dalam jumlah seperti biasanya meski untungnya berkurang. Aku tidak mau pelangganku lari hanya karena wedang jaheku berubah rasa. (Harjawinata, 2022:32)

Dengan tetap konsisten dalam racikan bahan produk jualan, maka akan menumbuhkan kepuasan dari pelanggan. Paijan rela mendapatkan keuntungan sedikit, ia tidak ingin kepercayaan pelanggannya hilang hanya karena rasanya berubah.

Aku merasa nasi lebih enak jika dibungkus daun pisang dibandingkan dengan kertas pembungkus yang berwarna coklat itu. Tapi akhir-akhir ini harga daun pisang juga naik. Kadang pusing memikirkannya. Mau menaikkan harga takut tidak laku, tapi kalau harganya tetap, kembang kempis juga. (Harjawinata, 2022:90)

Mempertahankan kualitas produk tidak hanya dari konsisten dalam racikan, namun juga dari bahan yang digunakan untuk penyajian produk. Tidak bisa dipungkiri bahwa bahan alami lebih berkualitas dan ramah lingkungan karena dapat terurai dengan mudah.

Aku sengaja tidak pakai blender untuk menghaluskan cabe karena rasanya kurang sedap. Mungkin hanya perasaanku saja, tapi rasa sambal yang diuleg atau ditumbuk beda dengan sambal yang diblender. Setelah dihaluskan, sambal itu dimasak dengan teri gundul. (Harjawinata, 2022:90).

Mempertahankan kualitas produk juga dilihat dari alat yang digunakan untuk menghasilkan produk tersebut. Paijan beranggapan bahwa dengan tidak merubah cara membuat sambal teri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada novel “Rendez-vous di Angkringan Paijan” Karya Kimberly Harjawinata, peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam berbisnis perlu berhati-hati dalam bersikap. Bisnis usaha dapat dicari titik lemah dari pemilik usaha yang tidak mempunyai etika

dalam berbisnis. Pada novel tersebut menyatakan bahwa kepuasan pelanggan itu penting. Hal itu terlihat dari keputusan mempertahankan kualitas produk agar tetap memberikan kualitas produk yang terbaik untuk pelanggan.

Etika bisnis dan kualitas produk yang menjadi dasar kelangsungan sebuah usaha. Memiliki Etika dalam berbisnis dapat memberikan kepercayaan kepada Pemasok dan pelanggan. Begitu pula dengan mempertahankan kualitas produk sudah pasti akan mendapat kepercayaan oleh pelanggan karena pelanggan merasa puas.

Dalam novel tersebut masih terdapat rasa tidak enak hati saat menagih hutang. Hutang menjadi salah satu faktor penghambat kelangsungan usaha. Saran dari peneliti untuk para perintis usaha, tidak perlu untuk tidak enak hati karena hutang merupakan kewajiban yang harus dibayar oleh pelanggan serta tetap menggunakan etika dalam penagihan.

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih kurang sempurna dalam penyusunan jurnal. Peneliti hanya bersumber dari novel, sehingga tidak ada bukti yang kuat dari sumbernya langsung. Harapan untuk peneliti selanjutnya bisa memperkuat hasil dari survei secara langsung.

DAFTAR REFERENSI

- Ariani, D. W. (2003). *Manajemen Kualitas*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Bowo. (2003). ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN UNTUK MENCAPAI HUBUNGAN JANGKA PANJANG. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 87. doi:<https://doi.org/10.14710/jspi.v2i1.85-92>
- Dahmiri, & Bhayangkari, S. K. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Etika Bisnis dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Eksis*, 1. doi:<http://dx.doi.org/10.33087/eksis.v11i1.177>
- Dewi, L. S. (2019). Angkringan Sebagai Daya Tarik Generasi Baby Boomers. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 107. doi:<https://doi.org/10.38043/jmb.v16i1.2022>
- Fauzan, & Nuryana, I. (2014). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 39. doi:<https://doi.org/10.21067/jem.v10i1.774>
- Harjawinata, K. (2022). *Rendez-vous di Angkringan Paijan*. Yogyakarta: Citra Airiz.

- Haryanto, R. A. (2013). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran McDonald's Manado. *Jurnal EMBA*, 1466. doi:<https://doi.org/10.35794/emba.1.4.2013.2923>
- Hendrawati, D., Rahadhini, M. D., & Triastity, R. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Harga Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 627.
- Hidayah, M. N. (2018). Tradisi Pemakaman Rambu Solo di Tana Toraja Dalam Novel Puya ke Puya Karya Faisal Oddang. *Bapala*, 3.
- Kurniawan, A., Astuti, I. F., & Cahyadi, D. (2020). Pemilihan Pemasok Suplemen Fitnes Dengan Metode AHP (Analytic. *Jurnal*, 32. doi:<http://dx.doi.org/10.30872/jim.v15i1.3311>
- Kurniawati, D., Yulindo, H., & Widodo, K. H. (2013). Kriteria Pemilihan Pemasok Menggunakan Analytical Network Process. *Jurnal Teknik Industri*, 25. doi:<https://doi.org/10.9744/jti.15.1.25-32>
- Kurriwati, N. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. *Eco Entrepreneur*, 49. doi:<https://doi.org/10.21107/ee.v1i1.994>
- Kusumastuti, R. D., & Kusuma, A. S. (2022). Angkringan Sebagai Ruang Publik dan Sarna Interaksi Sosial di Kota Bogor. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 101. doi:<https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1850>
- Laura, H., & Joe, D. (2011). Etika Bisnis. Jakarta: Erlangga.
- Putrantri, E. C., & Marlina. (2023). Pengaruh Prinsip Etika Bisnis Terhadap Peningkatan Perekonomian Pedagang Kaki Lima di Wilayah Kota Blitar. *Jurnal PETA*, 139. doi:<https://doi.org/10.51289/peta.v8i1.684>
- Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Jurnal Ilmiah SOLUSI*, 225. doi:<http://dx.doi.org/10.26623/slsi.v17i3.1636>
- Setyani, T. H., & Gunadi, W. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL ALL NEW RIO KIA MOTORS INDONESIA (Pada PT. RADITA AUTOPRIMA). *JURNAL ILMIAH MAHASISWA MANAJEMEN UNSURYA*, 94.
- Sudirman, & Baddrusaman, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kirei Banteng. *Jurnal JIP*, 2324. doi:<https://doi.org/10.47492/jip.v2i7.1389>

- Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal JEMI*, 120. doi:<https://doi.org/10.36406/jemi.v26i01.201>
- Widowati, T. W., Sinaga, R. M., & Herpratiwi. (2023). Etos Kerja Pedagang Etnis Madura Perantau Di Pasar Natar Ditinjau Dari Etika Bisnis. *jurnal ekombis*, 687. doi:<https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3304>
- Widyana, S. F., & Firmansyah, H. (2021). PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK SEPATU CONVERSE. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 4.