	<p><i>Home of Management and Bussiness Journal</i> (HOMBIS) http://ejournal.unimugo.ac.id/HOMBIS</p>	<p><i>Vol. 3 No. 1</i> <i>(2024)</i></p>
---	--	---

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Yunus Agung Kristanto¹, Budi Rahardjo^{2*}

Universitas Negeri Yogyakarta¹

Universitas Tidar²

*Coressponding Author: budi.rahardjo@untidar.ac.id

DOI: 10.26753/hombis.v3i1.1330

Abstrak: Penelitian ini berfokus pada UMKM dengan produk makan dan minuman yang berada di alun-alun Selatan kraton Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 50 responden dari populasi konsumen UMKM dengan produk makan dan minuman di kawasan alun-alun selatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan produk dapat berkontribusi secara positif terhadap tingkat kepuasan konsumen. Implikasi manajerial yang dapat dilakukan adalah para pelaku UMKM produk makan dan minuman yang berada di alun-alun Selatan kraton Yogyakarta dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang mereka tawarkan.

Kata kunci: kualitas layanan; kualitas produk; kepuasan konsumen; UMKM.

Abstract: This research focuses on MSMEs with food and beverage products located in the South Square of the Yogyakarta Palace. The aim of this research is to analyze the influence of service quality and product quality on consumer satisfaction. This study uses a quantitative approach. The research sample consisted of 50 respondents from the population of MSME consumers with food and beverage products in the South Square area. The results of this research indicate that improving the quality of services and products can contribute positively to the level of consumer satisfaction. The managerial implication that can be implemented is that MSME food and beverage product operators located in the South Square of the Yogyakarta Palace can increase consumer satisfaction by improving the quality of the services and products they offer.

Keywords: service quality; product quality; consumer satisfaction; MSMEs.

PENDAHULUAN

Sebagai kota yang dijuluki kota istimewa dan kota pendidikan, Yogyakarta menjadi destinasi wisata yang populer bagi wisatawan lokal dan internasional. Yogyakarta memiliki istana kerajaan yang disebut sebagai kraton. Kraton menjadi pusat kehidupan budaya dan tradisi Jawa di Yogyakarta. Saputro, Sukimin and Indriastuty (2020), menyatakan, "Kraton tidak hanya menjadi simbol kekuasaan politik, tetapi juga menjadi penjaga dan pelindung warisan budaya dan tradisi Jawa yang kaya". Yogyakarta memiliki landmark yang populer, yaitu alun-alun selatan. Terletak di kompleks Keraton Yogyakarta, alun-alun selatan menjadi pusat kegiatan sosial, budaya, dan ekonomi bagi warga lokal dan wisatawan. Setiap hari, alun-alun selatan dipadati oleh pengunjung yang ingin menikmati suasana kota, berolahraga, atau sekadar bersantai di bawah bayangan pohon-pohon yang rindang. Alun-alun Selatan menjadi istimewa karena keberadaan para pedagang dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berada di sekitarnya. Mereka menawarkan beragam produk mulai dari makanan dan minuman tradisional hingga kerajinan tangan dan souvenir yang mencerminkan kekayaan budaya Yogyakarta.

Para pedagang UMKM di alun-alun Selatan tidak hanya menyediakan produk dan jasa yang menarik bagi wisatawan, tetapi juga menjadi bagian dari warisan budaya dan ekonomi lokal yang harus dijaga dan didukung. Mereka menjaga keberagaman produk dan keunikan khas Yogyakarta dalam penawaran mereka, menciptakan pengalaman berbelanja yang autentik dan berkesan bagi pengunjung. Selain itu, kehadiran UMKM di sekitar alun-alun Selatan juga menciptakan lapangan kerja dan memperkuat ikatan sosial di antara komunitas lokal. Utami (2023) pada penelitiannya mengatakan "UMKM di alun-alun Selatan tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga memainkan peran penting dalam mempertahankan identitas budaya kota Yogyakarta." Dengan demikian, alun-alun Selatan tidak hanya menjadi tempat rekreasi dan kegiatan sosial, tetapi juga menjadi wadah yang penting bagi pengembangan UMKM dan pelestarian budaya lokal.

Di Daerah Istimewa Yogyakarta, kepuasan konsumen merupakan aspek penting yang didambakan oleh wisatawan, terutama terkait dengan kualitas layanan dan produk. Wisatawan yang berkunjung mengharapkan pengalaman yang memuaskan sepanjang perjalanan mereka, mulai dari penerimaan yang ramah hingga pengalaman yang memikat. Mereka berharap mendapatkan layanan yang cepat, responsif, dan personal dari penyedia layanan wisata, serta produk-produk berkualitas yang mencerminkan kekayaan budaya dan tradisi lokal Yogyakarta. Kualitas layanan merujuk pada tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan atas interaksi dan pengalaman yang mereka alami saat berhubungan dengan suatu bisnis atau organisasi. Ini mencakup aspek-aspek seperti responsif, keramahan, kecepatan, kehandalan, komunikasi yang efektif, dan kemampuan untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Insani and Madiawati, 2020). Dalam bisnis kuliner, pelayanan yang berkualitas memiliki peran yang sangat penting karena pengalaman konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh cita rasa makanan, tetapi juga oleh bagaimana mereka dilayani selama kunjungan mereka. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kesan positif pelanggan, menciptakan loyalitas, dan memberikan keunggulan kompetitif bagi usaha kuliner (Kualitas *et al.*, 2017). Pelanggan cenderung memberikan rekomendasi kepada

teman dan keluarga mereka jika mereka puas dengan pelayanan yang mereka terima. (Amelia *et al.*, 2016) menyampaikan bahwa pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional dapat membantu memperluas jangkauan pasar melalui promosi dari mulut ke mulut. Di sisi lain, ketidakpuasan terhadap layanan dapat berdampak negatif atau buruk pada reputasi bisnis. Dalam era media sosial yang berpengaruh, keluhan pelanggan dapat dengan mudah tersebar luas dan mempengaruhi persepsi masyarakat secara keseluruhan (Insani and Madiawati, 2020). Upaya untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk akan memberikan dampak positif yang signifikan dalam memenuhi harapan dan kepuasan konsumen di destinasi wisata Yogyakarta. Sehingga penelitian ini merumuskan hipotesis satu sebagai berikut:

H1: *kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen*

Industri kuliner yang kompetitif, kualitas produk tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik utama yang menentukan keputusan pembelian konsumen, tetapi juga sebagai fondasi utama dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Hal ini karena konsumen saat ini semakin sadar dan memperhatikan kualitas makanan yang mereka konsumsi, tidak hanya dari segi rasa yang lezat tetapi juga tekstur yang menyenangkan, penyajian yang menarik, serta standar keamanan pangan yang terjaga. Secara umum, produk kuliner berkualitas memiliki ciri-ciri seperti rasa yang lezat dan autentik, tekstur yang sesuai dengan jenis hidangan, penyajian yang menarik secara visual, serta terjaminnya kebersihan dan keamanan pangan. Dengan mengutamakan aspek-aspek ini, pelaku usaha kuliner dapat memastikan bahwa produk mereka memenuhi standar kualitas yang tinggi, sehingga dapat memenangkan hati pelanggan dan bersaing secara efektif di pasar yang kompetitif (Pratama, Santoso and Girahani, 2019). Dalam ranah kuliner, aspek keamanan pangan menjadi unsur kritical yang tidak bisa dipisahkan dari definisi produk berkualitas (Almeida *et al.*, 2016). Konsumen menginginkan kepastian bahwa makanan yang mereka nikmati bukan hanya enak, tetapi juga aman untuk dimakan. Sehingga penelitian ini memasukan kualitas produk sebagai variable yang diduga berpengaruh pada kepuasan konsumen, dengan hipotesisdua sebagai berikut:

H2: *kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen*

Dalam konteks dunia bisnis, terutama di sektor kuliner, tingkat kepuasan konsumen menjadi barometer utama yang menunjukkan sejauh mana produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu entitas bisnis dapat memenuhi, bahkan melewati, harapan yang dimiliki oleh pelanggan (Rian pratama, 2022). Kepuasan konsumen memiliki peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan dalam industri kuliner. Pelanggan yang puas cenderung kembali dan menghabiskan lebih banyak. Hal ini terkait dengan pengaruh Word of Mouth (WoM) yang signifikan dalam industri ini. Kepuasan konsumen menjadi tujuan yang ingin dikembangkan dan diketahui apa saja variabel yang mempengaruhinya. Penelitian ini berhipotesis bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kualitas produk, dengan hipotesis sebagai berikut:

H3: *kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen*

Penelitian ini berfokus pada produk kuliner yang diujikan di alun-alun Selatan kraton Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah menjadi studi empiris yang hasilnya dapat memberikan

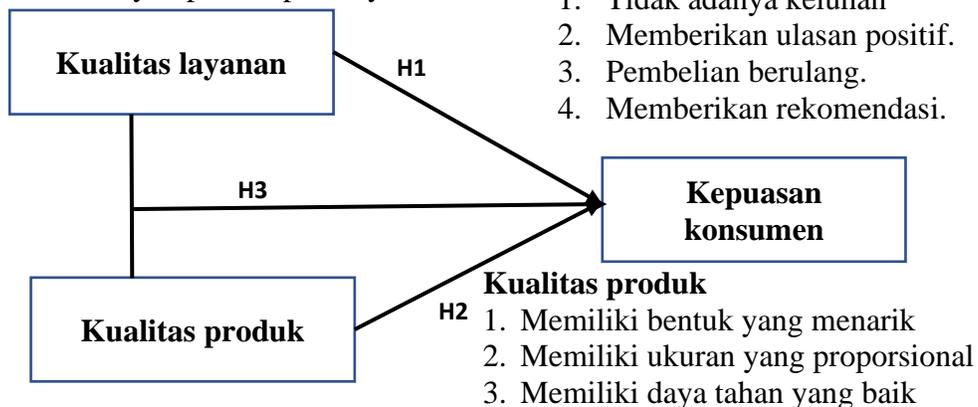
implikasi manajerial pada UMKM makanan dan minuman yang berada di allun-alun Selatan kraton Yogyakarta. Hasil penelitian juga memberikan kontribusi keilmuan dalam bidang ilmu manajemen. Penelitian meninjau pengaruh yang ditimbulkan dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun secara simultan, hal tersebut dirumuskan untuk mengetahui tingkat signifikansi yang ditimbulkan dari setiap variabel independen terhadap dependen secara parsial maupun secara simultan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada Bulan Juli sampai Desember 2023, dengan fokus pada konsumen di kawasan alun-alun selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam konteks ini, populasi penelitian adalah semua konsumen di kawasan alun-alun selatan. Namun, untuk mempermudah dan mempraktikkan penelitian, penulis tidak dapat melibatkan semua individu dalam populasi. Oleh karena itu, penulis mengambil sampel, yang merupakan representasi dari populasi tersebut. Sampel diambil dengan metode *Simple Random Sampling*. Penentuan jumlah sampel berdasarkan Hair et al, (2009), yaitu lima kali jumlah indikator. Dalam penelitian ini jumlah indikator dari ketiga variabel adalah sepuluh sehingga sampel yang diambil adalah 50 responden dari populasi konsumen di kawasan alun-alun selatan. Pengumpulan jawaban dari para responden dilakukan dengan penyebaran koasioner dan penulis juga telah melakukan tinjauan lapangan untuk mengoptimalkan pengambilan data dan dapat menjaga keakuratan sasaran yang menjadi responden (Mentor, 2017). Penelitian didisain dengan menjadikan “kepuasan konsumen” (Y) sebagai variabel dependen atau variabel terikat, dan menjadikan “kualitas layanan” (X1) dan “Kualitas produk” (X2) sebagai variabel independen atau variabel bebas. Model penelitian dapat dilihat pada gambar 1.

Kualitas layanan

1. Cepat dan tanggap
2. Melayani dengan Ramah
3. Memiliki banyak pilihan pembayaran



Gambar 1. Model penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis regresi yang tercantum dalam tabel 1, ditemukan bahwa hubungan antara variabel Y dengan variabel X1 dan X2 dapat dijelaskan dalam persamaan regresi $Y = 59,921 + 0,573 X1 + 0,098 X2$. Dari persamaan ini, dapat disimpulkan bahwa ketika nilai variabel X1 dan X2 adalah nol, nilai Y akan tetap konstan sebesar 59,921. Selanjutnya, jika nilai variabel X1 ditingkatkan sebesar 1, nilai Y akan meningkat sebesar 0,573, sementara jika nilai variabel X2 ditingkatkan sebesar 1, nilai Y akan meningkat sebesar 0,098. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel X1 memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap perubahan nilai Y dibandingkan dengan variabel X2.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	59.921	20.050		2.989	.004
	X1_Kualitas pelayanan	.573	.273	.261	2.097	.040
	X2_Kualitas produk	.098	.196	.062	1.867	.046

Sumber: data penelitian diolah

Berdasarkan tabel 2 hasil olah data dengan SPSS, ditemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh hasil uji t yang menunjukkan nilai sebesar 2,097 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,040, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi α sebesar 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan implikasi penting bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk memastikan kepuasan konsumen yang lebih baik.

Tabel 2. Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	59.921	20.050		2.989	.004
	X1_Kualitas pelayanan	.573	.273	.261	2.097	.040
	X2_Kualitas produk	.098	.196	.062	1.867	.046

Sumber: data penelitian diolah

Berdasarkan analisis yang dilakukan dengan SPSS, ditemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh hasil uji t yang menunjukkan nilai sebesar 1,867 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,046, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi α sebesar 0,05. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak adanya pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memainkan peran penting dalam

mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan implikasi yang relevan bagi pelaku UMKM di alun-alun selatan dalam meningkatkan kualitas produk (makanan yang diujakan) untuk memastikan kepuasan konsumen yang lebih baik. Dalam konteks penelitian, hasil ini memberikan dukungan empiris yang kuat untuk pentingnya memperhatikan aspek kualitas produk dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen.

Tabel 3. Uji F ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	692.282	2	346.141	12.390	.000 ^a
	Residual	8691.432	60	144.857		
	Total	9383.714	62			

a. Predictors: (Constant), X1 Kualitas pelayanan, X2 Kualitas produk.

b. Dependent Variable: Y Kepuasan Konsumen

Sumber: data penelitian diolah

Berdasarkan hasil analisis dari tabel di atas, diperoleh nilai F sebesar 12,390. Selanjutnya, dilakukan pencarian nilai Ftabel dengan menggunakan derajat kebebasan numerator (v1) sebesar 2 dan derajat kebebasan denominator (v2) sebesar 60. Dengan taraf signifikansi α sebesar 0,05, ditemukan bahwa nilai Ftabel adalah 3,150. Dalam perbandingan antara nilai F hitung dan nilai Ftabel, terlihat bahwa F hitung sebesar 12,390 melebihi nilai Ftabel sebesar 3,150. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan yang signifikan antara semua variabel independen (X1, X2) terhadap variabel dependen (Y). Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Temuan ini memberikan pemahaman penting dalam konteks penelitian ini dan memiliki implikasi yang relevan dalam penelitian dan praktik terkait hubungan antar variabel yang diteliti.

Tabel 4. Uji Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.272 ^a	.074	.043	12.03566	1.827

a. Predictors: (Constant), X1 Kualitas pelayanan, X2 Kualitas produk.

b. Dependent Variable: Y Kepuasan_Konsumen

Sumber: data penelitian diolah

Berdasarkan data tabel analisis dengan SPSS di atas, ditemukan bahwa koefisien determinasi memiliki nilai sebesar 0,074. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 7,4% variasi dalam kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh faktor-faktor yang terkait dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sementara itu, sebesar 92,6% variasi dalam kepuasan konsumen tidak dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang berkontribusi terhadap kepuasan konsumen yang tidak

tercakup dalam variabel-variabel yang diteliti. Implikasinya, penelitian lebih lanjut perlu mengidentifikasi faktor-faktor lain yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam konteks kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Hasil penelitian yang dilakukan di Alun-Alun Selatan Kota Yogyakarta menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Melalui analisis regresi linier berganda, ditemukan bahwa kedua variabel independen ini, yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan konsumen. Artinya, peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk di Alun-Alun Selatan Kota Yogyakarta berpotensi meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi pengelola Alun-Alun Selatan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk, pengelola dapat menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pengunjung, yang pada akhirnya dapat meningkatkan reputasi dan daya tarik Alun-Alun Selatan sebagai destinasi wisata. Namun, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin juga mempengaruhi kepuasan konsumen, guna mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang dinamika kepuasan konsumen di Alun-Alun Selatan Kota Yogyakarta.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan di Alun-Alun Selatan Kota Yogyakarta adalah bahwa kepuasan konsumen adalah hal yang sangat penting dan dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk yang ditawarkan oleh para pelaku UMKM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan produk dapat berkontribusi secara positif terhadap tingkat kepuasan konsumen. Dengan demikian, para pelaku UMKM di Alun-Alun Selatan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang mereka tawarkan (Cahya *et al.*, 2021).

Berkenaan dengan saran, penelitian ini menunjukkan bahwa para pelaku UMKM di Alun-Alun Selatan harus memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk mereka untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin juga mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga, lokasi, dan faktor-faktor lainnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi peningkatan kualitas pelayanan dan produk para pelaku UMKM di Alun-Alun Selatan Kota Yogyakarta, serta peningkatan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Almeida, C. S. de *et al.* (2016) 'ETIKA BISNIS', *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 5(1), pp. 1689–1699.
- Amelia, K. *et al.* (2016) 'Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Dunkin Donuts di Surabaya dan Sidoarjo)', *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 9(1), pp. 43–55. doi: 10.26740/BISMA.V9N1.P43-55.
- Astuti, R., dkk. (2018). Inovasi Seni dan Kearifan Lokal di Yogyakarta. *Jurnal Kreativitas Seni*, 12(3), 112-125.
- Cahya, A. D. *et al.* (2021) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta)', *Jurnal Daya Saing*, 7(2).
- Darmawan, A. (2019). Peran Kraton Yogyakarta dalam Melestarikan Budaya Jawa. *Jurnal Peninggalan Sejarah dan Budaya*, 8(2), 67-79.
- Hair, J. F. (2009). *Multivariate data analysis*.
- Inساني, N. A. and Madiawati, P. N. (2020) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung', *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), pp. 112–122. doi: 10.31955/MEA.VOL4.ISS3.PP112-122.
- Kualitas, P. *et al.* (2017) 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek', *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), pp. 210–223. doi: 10.31294/JECO.V1I2.2026.
- Mentor, K. P. (2017) 'METODELOGI PENELITIAN BISNIS', *Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar*, 1.
- Pratama, E. H., Santoso, A. and Girahani, E. (2019) 'Pengaruh Kualitas Layanan Pada Warung Internet I-Cafe Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Kota Blitar', *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), p. 179. doi: 10.30737/jimek.v1i2.311.
- Rian pratama, M. (2022) 'Pengaruh Kepercayaan dan Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai Intervening Studi pada Konsumen KOSU (Kopi Semua Umur)', *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 1(3). doi: 10.59663/jebidi.v1i3.104.
- Saputro, W. E., Sukimin and Indriastuty, N. (2020) 'Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal GeoEkonomi*, 11(2020), pp. 56–73.
- Sukmono. (2017). Budaya Jawa dalam Dinamika Perubahan Sosial di Yogyakarta. *Jurnal Kajian Budaya Jawa*, 5(1), 23-35.
- Utami, S., dkk. (2023). Peran UMKM dalam Pembangunan Ekonomi Lokal di Destinasi Pariwisata: Studi Kasus Alun-alun Selatan Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pariwisata*, 10(2), 45-58.