

PERANAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI PEMEDIASI PADA PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

Suhadi Jaka Sugihantara ¹⁾
Rahayu Triastity ²⁾
Sumaryanto ³⁾

^{1, 2, 3)} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta
e-mail: ¹⁾ suhadi.j.s@gmail.com)

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality on customer satisfaction; The effect of product quality on customer loyalty; The effect of customer satisfaction on customer loyalty; And the effect of product quality mediated by customer satisfaction. The type of research used is survey research on customer Srabi Notosuman Ny.Handayani Solo with a sample of 100 respondents. Sampling technique was done by Nonprobabiliti Sampling with purposive sampling technique. Data analysis using classical assumption test, path analysis, F test, and test of coefficient of determination. The result of product quality has a significant effect on customer satisfaction, product quality has a significant effect on customer loyalty, customer satisfaction has no significant effect on customer loyalty, and customer satisfaction mediates the effect of product quality on customer loyalty.

Keywords: *customer satisfaction, product quality, customer loyalty*

PENDAHULUAN

Saat ini persaingan usaha menjadi begitu ketat, terbukti dengan banyaknya usaha-usaha baru yang bermunculan. Kondisi ini membuat para pengusaha harus berfikir dan menentukan strategi untuk dapat mempertahankan usahanya agar tetap unggul dari perusahaan lain. Untuk itu perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya. Dengan cara memberikan kepuasan kepada konsumen, tentu saja akan membuat konsumen merasa puas dan secara tidak langsung konsumen akan melakukan pembelian ulang yang akan berdampak positif pada perusahaan tersebut. Salah satu bisnis usaha yang cukup menjanjikan adalah bisnis dibidang kuliner.

Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis yang menjanjikan. Salah satu bisnis kuliner yang menjanjikan adalah Srabi. Srabi Notosuman Ny. Handayani merupakan salah satu kue tradisonal dari Solo. Kue Srabi disukai berbagai kalangan masyarakat. Srabi Notosuman merupakan kue tradisional yang mulai dirintis sejak tahun

1923 oleh pasangan Hoo Geng Hok dan Tan Giok Lan. Srabi yang merupakan kue tradisional yang dianggap kuno, seiring dengan perkembangan jaman Srabi berubah menjadi kue yang digemari oleh berbagai kalangan masyarakat. Terbukti jajanan tradisonal ini disajikan pada berbagai pertemuan rapat, pengajian, pertemuan pejabat, seminar, pernikahan dan acara lain-lainnya. Ini merupakan sebuah peluang bagi pengusaha untuk terus mengembangkan produknya.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler dan Armstrong, 2008: 161). Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu kepuasan pelanggan, karena kualitas produk adalah mutu atau kualitas dari bahan-bahan yang digunakan oleh perusahaan dalam proses pembuatan suatu produk.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2007: 177). Kepuasan pelang-

gan adalah hasil penilaian dari konsumen bahwa produk atau jasa yang dirasakan dapat memenuhi harapan dari konsumen tersebut. Loyalitas merupakan komitmen pelanggan terhadap toko, merek atau apapun yang dirasakan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian berulang secara konsisten (Tjiptono, 2008: 110). Jika seorang pelanggan sudah merasa puas maka akan melakukan pembelian ulang dan akan loyal terhadap produk dari perusahaan tersebut. Karena loyalitas pelanggan adalah orang yang melakukan pembelian berulang terhadap produk atau jasa dan tidak akan pindah ke produk lain.

Hasil penelitian yang dilakukan Utami (2015) membuktikan bahwa ada hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dan hasilnya menunjukkan hubungan yang signifikan. Sedangkan pada penelitian Irawan dan Japarianto (2013) membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang lebih kecil dibandingkan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis: 1) pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo. 2) pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo. 3) pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo. 4) pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo yang dimediasi kepuasan pelanggan. Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H1: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo
- H2: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo.
- H3: Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo.
- H4: Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas

pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo.

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang merupakan pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *Nonprobabiliti Sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Hasil dari data yang telah di kumpulkan kemudian dianalisis dengan analisis regresi linear berganda, uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis deskriptif, analisis jalur, uji F, dan uji koefisien determinasi.

HASIL PENELITIAN

1. Karakteristik Responden

Adapun karakteristik responden dalam penelitian seperti tabel 1 berikut:

2. Hasil Uji Instrumen

Hasil uji validitas variabel kualitas produk (X) sebanyak 5 item pernyataan dinyatakan valid karena $p\text{-value} < 0,05$, variabel kepuasan pelanggan (Z) sebanyak 5 item pernyataan dinyatakan valid karena $p\text{-value} < 0,05$, loyalitas pelanggan (Y) sebanyak 5 item pernyataan dinyatakan valid karena $p\text{-value} < 0,05$.

Hasil uji reliabilitas kualitas produk (X) sebesar 0,719, kepuasan pelanggan (Z) sebesar 0,807, loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,619 menunjukkan nilai yang *reliabel* karena menghasilkan *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah model regresi linear bebas dari adanya penyimpangan, hasil dari pengujian seperti tabel 2 berikut:

Tabel 1. Gambaran Umum Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah/Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	41	41%
	Wanita	59	59%
	Jumlah	100	100%
Usia	19 tahun	12	12%
	20-30 tahun	49	49%
	30 tahun	39	39%
	Jumlah	100	100%
Pekerjaan	Mahasiswa	12	12%
	PNS	21	21%
	Pegawai Swasta	38	38%
	Lain-lain	29	29%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji multikolinearitas	<i>Tolerance</i> (0,868);(0,868) > 0,1 <i>VIF</i> (1,153);(1,153) < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
Uji autokorelasi	p (0,084) > 0,05	Tidak terjadi autokorelasi
Uji heteroskedastisitas (1)	p (0,009) < 0,05	Ada heteroskedastisitas
Uji heteroskedastisitas (2)	p (0,378);(0,132) > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Uji normalitas	p (0,062) > 0,05	Data normal

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari hasil pengujian heteroskedastisitas pertama (1) menunjukkan bahwa terjadi heteroskedastisitas terbukti dengan hasil pengujian variabel kualitas produk dengan nilai probabilitas (0,009) < 0,05. Dari perhitungan uji heteroskedastisitas yang ke dua (2), setelah data *outlayer* responden dikeluarkan (data responden 11, 16, 20, 44, 66 dan 85) maka didapatkan hasil dari masing-masing variabel (kualitas produk dan kepuasan pelanggan) menunjukkan nilai probabilitas (0,132; 0,132) > 0,05 yang berarti hasil menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Jalur

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X) terhadap loyalitas pelanggan (Z) yang dime-

diiasi oleh kepuasan pelanggan (Y). Langkah pertama dalam analisis jalur adalah dengan melakukan analisis regresi sederhana (model 1) dan analisis regresi linear berganda (model 2), hasil dari analisis regresi 1 seperti tabel 3 di bawah ini:

Dari hasil regresi maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Z = 12,197 + 0,437 X$$

= 12,197 artinya hubungan yang positif, jika kualitas produk (X) sama dengan nol, maka kepuasan pelanggan (Z) adalah positif sebesar 12,197.

$\beta_1 = 0,437$ artinya pengaruh variabel kualitas produk (X) terhadap kepuasan pelanggan (Z) positif, artinya apabila kualitas produk meningkat,

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi 1

Variabel	Koefisien	t	Sig
(<i>constant</i>)	12,197	4,924	0,000
Kualitas produk	0,437	3,638	0,000

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi 2

Variabel	Koefisien	t	Sig
(<i>Constant</i>)	8,659	4,531	0,00
Kualitas Produk (X)	0,474	5,375	0,000
Kepuasan Pelanggan (Z)	0,103	1,433	0,155
F: 20,821			0,000
<i>Adjusted R</i> ² : 0,299			

Sumber: Data primer diolah, 2017

maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Z)

Berdasarkan hasil analisis regresi dapat dilihat bahwa besarnya nilai *Unstandardized Beta*₁ yaitu sebesar 0,437.

Berdasarkan analisis regresi model 2 dapat disajikan hasil uji pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, hasil dari analisis regresi 2 seperti tabel 4 di atas:

Dari hasil regresi maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,659 + 0,474 X + 0,103 Z$$

= 8,659 artinya jika kualitas produk (X), dan kepuasan pelanggan (Z) sama dengan nol, maka loyalitas pelanggan (Y) sebesar 8,659.

₂ = 0,474 artinya pengaruh variabel kualitas produk (X) terhadap loyalitas pelanggan (Z) positif, artinya apabila kualitas produk meningkat, maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Y) dengan asumsi kepuasan pelanggan (Z) tetap.

₃ = 0,103 artinya pengaruh variabel kepuasan pelanggan (Y) positif, artinya apabila kepuasan pelanggan meningkat, maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Y) dengan asumsi kualitas produk (X) tetap.

Berdasarkan hasil analisis koefisien jalur dapat dilihat bahwa besarnya nilai *Unstandardized Coefficient (Beta)*₂ yaitu sebesar 0,474 dan nilai *Unstandardized Coefficient (Beta)*₃ yaitu 0,103.

5. Uji Hipotesis

a. Pengaruh kualitas produk (X) terhadap kepuasan pelanggan (Z)

Berdasarkan hasil perhitungan uji t yang didapat dari hasil analisis regresi 1 (tabel 3) didapat hasil dengan nilai t hitung adalah 3,638 dengan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ yang artinya kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berarti hipotesis 1 yang berbunyi "Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo" terbukti kebenarannya.

b. Pengaruh kualitas produk (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan uji t yang didapat dari hasil analisis regresi 2 (tabel 4) didapat hasil dengan nilai t hitung sebesar 5,375 dengan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ yang artinya kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berarti hipotesis 2 yang ber-

bunyi “Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani So-lo” terbukti kebenarannya.

c. Pengaruh kepuasan pelanggan (Z) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan uji t yang didapat dari hasil analisis regresi 2 (tabel 4) didapat hasil dengan nilai t hitung sebesar 1,433 dengan nilai probabilitas $0,155 > 0,05$ yang berarti pengaruh secara langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan tidak signifikan. Berarti hipotesis 3 yang berbunyi “Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo” tidak terbukti kebenarannya.

d. Pengaruh kualitas produk (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z)

Hasil analisis diperoleh koefisien pengaruh tidak langsung ($0,519$) > koefisien langsung ($0,474$). Dengan demikian hipotesis 4 yang berbunyi “Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo” terbukti kebenarannya.

6. Uji Ketepatan Model (Uji F)

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah model yang dipilih dalam penelitian ini yaitu kualitas produk dan kepuasan pelanggan sudah tepat untuk memprediksi loyalitas pelanggan. Hasil uji F dihitung dari analisis regresi *linear* berganda (tabel 4). Berdasarkan hasil uji F besarnya nilai 20,821 dengan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$, artinya model yang dipilih yaitu kualitas produk dan kepuasan pelanggan sudah tepat (*fit*) dalam memprediksi loyalitas pelanggan.

7. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur kemampuan model dalam variasi variabel dependen. Hasil perhitungan uji

koefisien determinasi dihitung dari analisis regresi *linear* berganda (tabel 4). Dari analisis regresi *linear* berganda diketahui besarnya nilai *Adjusted R Square* adalah 0,299 artinya sumbangan pengaruh variabel kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 29,9%, sisanya sebesar 70,1% dipengaruhi oleh variabel lain misalnya harga, lokasi, pelayanan dan lain-lain.

PEMBAHASAN

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo.

Hasil penelitian uji t diperoleh nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ berarti kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo. Sehingga H1 yang menyatakan kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo terbukti kebenarannya. Implikasi dari penelitian ini perusahaan tetap memperhatikan kualitas produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan, kenyamanan ruang tunggu dan fasilitas yang lengkap.

2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo.

Hasil perhitungan uji t diperoleh nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ berarti kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo. Sehingga H2 yang menyatakan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo terbukti kebenarannya.

Implikasi dari penelitian ini bahwa perusahaan harus tetap memperhatikan kualitas produk karena kualitas produk menjadi faktor bahwa pelanggan menjadi loyal dan akan tetap loyal karena kualitas dari produk sudah tidak diragukan lagi.

3. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo. Hasil perhitungan uji t diperoleh nilai probabilitas $0,155 > 0,05$ berarti kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo. Sehingga H3 yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo tidak terbukti kebenarannya. Implikasi dari penelitian ini, perusahaan harus lebih meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, kenyamanan ruang tunggu dan melengkapi fasilitas guna menambah kenyamanan pelanggan.
4. Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo. Hasil perhitungan analisis jalur di mana diperoleh nilai $(0,519) > (0,474)$ berarti kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo terbukti kebenarannya. Implikasi dari penelitian ini, ketika pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo merasakan kualitas yang baik, maka secara otomatis pelanggan akan merasa puas. Jika kepuasan semakin tinggi maka pelanggan tersebut akan menjadi loyal. Untuk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo harus memuaskan harapan pelang-

gan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas dari produk tersebut.

KESIMPULAN

Dari hasil perhitungan dan pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo, artinya kualitas suatu produk merupakan suatu hal yang penting, karena apabila kualitas bagus maka konsumen akan merasa puas dan akan melakukan pembelian. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo, artinya kualitas produk menjadi salah satu faktor untuk membuat pelanggan loyal. Kualitas dari suatu produk membuat pelanggan merasa puas, jika pelanggan sudah merasa puas maka secara otomatis pelanggan akan melakukan pembelian dan membuat pelanggan loyal sehingga tidak mau pindah ke produk lain.

Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo. Artinya perusahaan harus lebih meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan kenyamanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan. Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo, artinya ketika pelanggan Srabi Notosuman Ny. Handayani Solo merasakan kualitas produk yang baik, maka pelanggan akan merasa puas. Jika kepuasan semakin tinggi maka pelanggan tersebut akan menjadi loyal.

DAFTAR PUSTAKA

- Angka Wekaputra. 2015. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Serabi Notosuman di Solo". *Naskah Piblikasi*. Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Djarwanto Ps dan Pangestu Subagyo, 2006, *Statistika Induktif, Edisi 5*, BPFE, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Irawan, Deny dan Edwin Japariato. (2013). "Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas, melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya", *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1, No. 2, h 1-8.

- Iriyanti, Emik , Nurul Qomariah dan Akhmad Suharto. 2016. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Depot Mie Pangsit”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. Vol2. No.1, h 1-10.
- Kotler, Philip 2007, *Manajemen Pemasaran*, (Alih Bahasa Bob Sabran). Edisi 12, Indeks. Jakarta
- _____ dan G. Armstrong. 2008. *Dasar-Dasar Pemasaran*. (Alih Bahasa Bob Sabran). Edisi Kesembilan. Jilid 1. Gramedia. Jakarta.
- _____. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Alih Bahasa Bob Sabran). Erlangga. Jakarta.
- Sambirin Inka Janita, Suharyo dan Andriyani Kusumawati. 2014. “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”. *Jurnal Adminitrasi Bisnis*. Vol. 15 No. 1, h 1-8.
- Supranto, 2006, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta. Jakarta.
- Swastha, Basu. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta
- Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*. Andi, Yogyakarta.
- _____. 2008. *Strategi Pemasaran*, Andi. Yogyakarta.
- Utami, Novita Dian. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 4 No. 5, h 1-20.
- <http://wisatakuliner.com/kuliner/pusat-oleh-oleh/item/srabi-notosuman.html> (online) diakses tanggal 8 oktober 2016 pukul 15.58 WIB.
- <http://nanisetyowati28.blogspot.co.id/2014/10/v-behaviorurldefaultvmlo.html> (online) diakses tanggal 8 oktober 2016 pukul 15.38 WIB.
- <http://yogyakarta.panduanwisata.id/jawa-tengah-2/solo/icip-icip-kelezatan-serabi-notosuman-ny-handayani/> (online) diakses tanggal 7 November 2016 pukul 11.12 WIB.