

***COMPETITIVE ADVANTAGE PELAKU USAHA FOOD TRUCK***

**“IMMANUEL” : SEBUAH STUDI FENOMENOLOGI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

**DARWIN IRAWAN**

NPM : 16.1.02.02.0098

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)**

**UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA**

**UNP KEDIRI**

**2020**

Skripsi oleh :

**DARWIN IRAWAN**

NPM : 16.1.02.02.0098

Judul :

***COMPETITIVE ADVANTAGE* PELAKU USAHA *FOOD TRUCK*  
“IMMANUEL” : SEBUAH STUDI FENOMENOLOGI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada  
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri

Tanggal : 2 Juli 2020

Pembimbing I



Ema Nurzainul Hakimah, S.E, M.M.,  
NIDN. 0727127801

Pembimbing II



Amat Pintu Batu Silalahi, S.E, M.M.,  
NIDN. 0725075601

Skripsi oleh :

**DARWIN IRAWAN**

NPM : 16.1.02.02.0098

Judul :

***COMPETITIVE ADVANTAGE PELAKU USAHA FOOD TRUCK***

**“IMMANUEL” : SEBUAH STUDI FENOMENOLOGI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri  
Pada tanggal : 28 Juli 2020

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji :

1. Ketua : Ema Nurzainul Hakimah, S.E, M.M.,
2. Penguji I : Dhiyan Septa Wihara, M.M.,
3. Penguji II : Rino Sardanto, S.Pd, M.Pd.,

Mengetahui,

Dekan FEB



**Dr. Subagyo, M.M.**

NIDN. 0717066601

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Darwin Irawan  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Tempat/Tanggal Lahir : Kediri, 05 November 1997  
NPM : 16.1.02.02.0098  
Fak/Prodi. : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka

Kediri, 2 Juli 2020

Yang Menyatakan



Darwin Irawan

NPM : 16.1.02.02.0098

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

Hidupku selalu tentang keberanian, harapan dan tekad. Kita harus mematahkan keterbatasan, melanggar batas-batas dan memberdayakan hal sekitar.

*So, believe in yourself and you'll be unstoppable.*

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Kedua orang tuaku yang menjadi motivasi, semangat dan cerminan hidupku. Ibuku, ibuku, ibuku yang telah mengandungku selama 9 bulan, melahirkanku ke dunia dan menyusui serta merawatku. Yang selalu mendoakanku dalam sholatnya.

Bapakku, yang telah bekerja keras menyekolahkanku, memotivasiku supaya terus semangat kuliah, mengingatkanku untuk selalu mendahulukan Allah SWT di setiap saat dan kondisi apapun.

Terimakasih atas doa dan semangatnya, *you are my everything*. Semoga anakmu ini bisa selalu membahagiakanmu.

Keluarga besarku, adikku, kakek nenek, om tante yang telah mendoakanku, menasehatiku, dan memotivasiku untuk terus menuntut ilmu.

Tanpa kalian dan Ridho Allah SWT, mungkin aku tidak akan bisa merasakan bangku kuliah. Terimakasih.

## ABSTRAK

**Darwin Irawan:** *Competitive Advantage* Pelaku Usaha *Food Truck* “Immanuel” : Sebuah Studi Fenomenologi

Kata kunci: *Competitive Advantage*, *Food Truck*, Fenomenologi

Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa semakin banyak pelaku usaha *food truck* di Kota Kediri yang ramai dikunjungi oleh masyarakat salah satunya *food truck* yang menjual bubur ayam yaitu Immanuel. Hal ini semakin menunjukkan persaingan dikalangan pelaku usaha *food and baverage* di Kota Kediri, agar suatu usaha dapat mencapai keunggulan dalam bisnisnya maka pelaku usaha harus menggunakan jurus-jurus bersaing untuk meningkatkan keunggulan kompetitif yang bertujuan untuk memenangkan persaingan.

Permasalahan dari penelitian ini adalah *competitive advantage* yang bagaimanakah yang diimplementasikan oleh *food truck* Immanuel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep dari *competitive advantage* yang diimplementasikan oleh *food truck* Immanuel untuk menghadapi persaingan bisnis.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan jenis pendekatan fenomenologi. Dilakukan dengan pengamatan langsung dan wawancara yang mendalam kepada pemilik *food truck* Immanuel. Informan dipilih dengan kriteria 5 R (*Relevance, Recommendation, Rapport, Readiness, Reassurance*). Pengamatan dilakukan dengan observasi secara langsung pada lokasi *food truck*. Selanjutnya wawancara dilakukan untuk mengetahui *competitive advantage* yang dilakukan oleh *food truck* Immanuel.

Hasil pengamatan dan wawancara yang mendalam pada penelitian ini menemukan bahwa untuk memenangkan persaingan bisnis, *competitive advantage* yang dilakukan oleh *food truck* Immanuel adalah (1) pelayanan kepada pelanggan (2) konsisten pada harga produk (3) menjaga mutu produk (4) keunikan produk.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim.*

*Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Alhamdulillahirobbilalamin, segala puji syukur, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan Rahmat, Hidayah dan Inayah-Nya, tak lupa juga kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan taufik dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir dengan baik.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa sejak awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan baik moril, materil, dorongan dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan terimakasih yang setulusnya kepada :

1. **Allah SWT**, yang telah memberikan nikmat Islam, Iman dan Ikhsan, kesehatan dan limpahan rahmat dan kasih sayang yang tak terhingga.
2. **Nabi Muhammad SAW**, yang telah memberikan nadrah dan syafaat hingga detik ini.
3. **Kedua orang tua dan keluarga besarku**, Bapak Pak Sugiyanto dan ibuku Ibu Suprihatin pada khususnya, yang dengan susah payah menyekolahkan aku sampai sarjana. Berkorban moril dan materil, memberikan semangat, doa yang tidak pernah putus setiap hari dalam sholatnya. Serta om, tante, nenek, kakek yang memotivasi dan mendoakanku untuk menjadi orang yang berguna dimasa sekarang sampai masa yang akan datang.
4. **Dr. Zaenal Affandi, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri
5. **Dr. Subagyo, M.M.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri
6. **Restin Meilina, S.E, M.M.** selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri

7. **Emma Nurzainul Hakimah, S.E, M.M. dan Amat Pintu Batu Silalahi, S.E, M.M.** selaku Dosen Pembimbing yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
8. **Bapak Rikky Rinaldy sekeluarga**, selaku pemilik *food truck* immanuel yang telah memberikan segala informasi yang berkaitan dengan penelitian ini. Terimakasih
9. **Teman Seperjuangan Manajemen 2016** yang telah menjadi partner diskusi dan segala dukungan moril, tenaga dan kesetiiaannya terimakasih.
10. **Teman-Teman Seperjuangan**, tetap semangat dan terus menebar manfaat kepada sesama. *Because i can do, you can do it.*
11. **Seluruh Dosen dan Karyawan Prodi Manajemen**
12. **Almamaterku Universitas Nusantara PGRI Kediri**
13. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan.

Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

*Nuun Walqolami Wamaa Yashthuruun. Fastabiqul Khoirot*  
*Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Kediri, 2 Juli 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Darwin Irawan', with a stylized flourish extending to the right.

**Darwin Irawan**

NPM : 16.1.02.02.0098



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
A. Strategi dan Manejemen Strategi .....	7
1. Pengertian Stategi.....	7
2. Manfaat Strategi .....	7
3. Pengertian Manajemen Strategi.....	8
4. Manfaat Manajemen Strategi .....	9
B. Keunggulan Kompetitif.....	10
1. Pengertian Keunggulan Kompetitif.....	10
2. Lima Keunggulan Kompetitif .....	10
3. Rantai Nilai ( <i>Value Chain</i> ).....	27

C. Penelitian Terdahulu .....	29
D. Kerangka Berfikir.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	33
1. Pendekatan Penelitian.....	33
2. Jenis Penelitian .....	34
B. Kehadiran Peneliti.....	34
C. Lokasi Penelitian.....	35
D. Informan.....	35
E. Tahapan Penelitian .....	38
F. Sumber Data.....	39
G. Prosedur Pengumpulan Data .....	40
1. Observasi .....	40
2. Wawancara .....	40
3. Dokumentasi.....	41
H. Teknik Analisis Data.....	41
1. <i>Noema</i> .....	41
2. <i>Epoche</i> .....	42
3. <i>Noesis</i> .....	43
4. <i>Eidetic Reduction</i> .....	43
5. <i>Intentional Analysis</i> .....	43
I. Pengecekan Keabsahan Temuan .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Umum <i>Food Truck</i> Immanuel .....	45
1. Sejarah <i>Food Truck</i> Immanuel .....	45
2. Perkembangan <i>Food Truck</i> Immanuel .....	47
B. Deskripsi Data Hasil Penelitan.....	49
1. <i>Noema</i> .....	49

2. <i>Epoche</i> .....	52
3. <i>Noesis</i> .....	55
4. <i>Intentional Analysis</i> .....	58
5. Penyajian <i>Eidetic Reduction</i> .....	60
C. Interpretasi dan Pembahasan.....	62
1. Pelayanan Kepada Pelanggan.....	63
2. Konsisten Pada Harga Produk.....	64
3. Menjaga Mutu Produk.....	65
4. Keunikan Produk.....	66
D. Validasi Data.....	67
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>68</b>
A. Kesimpulan .....	68
B. Implikasi.....	69
1. Implikasi Teoritis .....	69
2. Implikasi Praktis.....	70
C. Rekomendasi.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

2.1 : Keunggulan dan Kelemahan <i>Overall Low Cost Leadership</i> .....	17
2.2 : Keunggulan dan Kelemahan Deferensiasi .....	20
2.3 : Keunggulan dan Kelemahan Strategi Fokus .....	27
3.1 : Profil Informan.....	36
4.1 : Cabang <i>Food Truck</i> Immanuel .....	44
4.2 : Waktu Pelaksanaan Wawancara .....	64

## DAFTAR GAMBAR

2.1 : Lima Kekuatan Bersaing.....	12
2.2 : Tiga Strategi Generik Michael E Porter.....	13
2.3 : Model Rantai Nilai Michael E Porter .....	29
4.1 : <i>Competitive Advantage Food Truck</i> Immanuel .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Transkrip Wawancara .....	76
Lampiran 2 : Analisis Kerja Fenomenologi .....	97
Lampiran 3 : Dokumentasi.....	103
Lampiran 4 : Kartu Bimbingan Skripsi .....	105
Lampiran 5 : Surat Pengantar / Ijin Penelitian .....	107
Lampiran 6 : Lembar Revisi .....	108

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dunia bisnis semakin menunjukkan persaingan yang meningkat. Pelaku usaha harus meningkatkan daya kompetitif dan membangun strategi untuk menghadapi tantangan persaingan. Menurut Hunger and Wheelen (2003:4) strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Menurut Tjiptono (2015:436) selain persaingan ada siklus hidup sebuah produk atau *Product Life Cycle* dari mulai tahap pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan dan penurunan. Untuk menghadapi siklus hidup produk agar tetap bertahan diperlukan sebuah strategi bersaing.

Strategi bersaing dan siklus hidup produk berlaku untuk semua jenis bisnis termasuk bisnis kuliner antara lain cafe, restoran, kedai dan *food truck*. Menurut Farkas (2013:2) *a food truck is a mobile, miniature commercial kitchen that must meet the state sanitation requirements of a brick and-mortar restaurant, as well as be in compliance with additional local ordinance*. Brian A Farkas menjelaskan bahwa *food truck* adalah sebuah kendaraan untuk menjual makanan secara mobile dengan kriteria tertentu, seperti adanya dapur mini untuk mengolah makanan, sanitasi yang memadai serta mematuhi peraturan daerah setempat. Arti dari sanitasi yang dimaksud adalah saniasi

untuk kebutuhan kebersihan dari *food truck*, seperti tempat mencuci piring dan tempat cuci tangan pengunjung. Di Indonesia *food truck* sedikit berbeda dengan luar negeri, dengan mengubah dan mengusung konsep kekinian dan cita rasa nusantara yang membuat masyarakat Indonesia nyaman dengan *food truck*. Pemesanan, pelayanan dan makan dilakukan di kendaraan yang telah dimodifikasi sesuai konsepnya.

*Food truck* pertama kali dicetuskan oleh Amerika Serikat. Dengan hidangan *hot dog*, *hamburger*, cemilan, es krim hingga hidangan luar Amerika. Trend ini menyebar ke seluruh belahan dunia khususnya Indonesia. Awal terbentuknya *food truck* di Amerika karena masyarakatnya mengalami krisis, sehingga mengharuskan mereka hidup hemat. Sebagian pengusaha melihat peluang tersebut sehingga terbentuklah *food truck*.

Di Indonesia perkembangan *food truck* belum jelas. Akan tetapi pelopor dari perkembangan *food truck* ada di wilayah DKI Jakarta dan Bandung sekitar tahun 2013 dengan konsep *food truck* yang ada di negara Amerika Serikat. Di wilayah Asia lainnya konsep *food truck* lebih bervariasi, mulai dari makanan ringan seperti penjual buah dan sayur, hidangan tradisional, minuman segar, hingga makanan berat.

Pada umumnya *food truck* beroperasi di wilayah keramaian yang belum terjamah dengan restoran formal. Akan tetapi tidak jarang pula *food truck* sengaja berdampingan dengan restoran formal. Secara umum *food truck* beroperasi di sekitar perkantoran, sekolah, kampus, dan tempat parkir. Tempat beroperasinya *food truck* dapat berubah setiap waktu, karena tempat



usaha yang berada dikendaraan memungkinkan *food truck* berpindah sesuka hati mengikuti keramaian. Hal ini berkaitan dengan tujuan *food truck* yang ingin mengantarkan produknya sedekat mungkin dengan pelanggan serta supaya pelanggan tahu keberadaannya.

Pengusaha *food truck* yang beroperasi di Indonesia umumnya menggunakan media sosial sebagai usaha promosi, seperti Facebook, Twitter, Instagram, Line dan lainnya. Pengusaha *food truck* juga bekerjasama dengan petugas parkir, pengurus area *food court*, *event organizer*. Dari merekalah pengusaha *food truck* memperoleh informasi tentang event dan membangun kerjasama dengan aplikasi pemesanan makanan berbasis online seperti *Grab Food* dan *Go Food* agar tetap bisa menjangkau konsumen yang tidak dapat datang langsung. Para pengusaha *food truck* juga membuat komunitas sendiri sehingga memudahkan mereka untuk berkomunikasi dan mengembangkan usaha. Dengan cara seperti itu mereka dapat melayani konsumennya serta memudahkan informasi yang berhubungan dengan *event-event* seperti konser musik, pameran dan bazar. Walaupun *food truck* bisa berpindah mengikuti keramaian, di Indonesia para pengusaha *food truck* umumnya lebih permanen dibanding dengan *food truck* yang ada di negara Amerika Serikat. Di Indonesia *food truck* berpindah jika ada *event* atau jika petugas parkir atau pengelola tempat tidak ramah.

Perkembangan *food truck* di Indonesia masih pada tahap awal. Rata-rata pengelolanya adalah generasi millennial. Menurut Budiati et al. (2018:16) generasi millennial adalah generasi yang lain antara tahun 1980-2000 an.

Sebuah generasi yang sangat tertarik dengan hal baru. Di lain pihak mereka masih minim dengan pengalaman yang berhubungan dengan kuliner bahkan mereka sangat jarang berlatarbelakang kuliner. Padahal *food truck* di Indonesia harus bersaing dengan usaha kaki lima yang menjamur dan tumbuh subur. Berbanding terbalik dengan Amerika, di Indonesia fasilitas umum sangat minim sehingga menyulitkan pengusaha *food truck* untuk mencari tempat berjualan dan tidak jarang berdampingan dengan pedagang kaki lima atau restoran formal.

Di Kota Kediri para pengusaha *food truck* sudah melakukan beberapa adaptasi agar usahanya terus berjalan ditengah persaingan bisnis kuliner yang semakin marak. Diantaranya membangun sebuah perkumpulan *food truck* yang bisa dijumpai di sepanjang Jl. PK Bangsa, di depan Disbudparpora dan di Jl. Dhoho Kota Kediri, sebuah *space* permanen untuk pengusaha *food truck* di Kota Kediri. *Food truck* yang ada di Kota Kediri selain berada di Jl. PK Bangsa dan depan Disbudparpora Kota Kediri juga menyebar ke Jl. Dhoho yang menjual berbagai macam variasi menu, mulai dari makanan ringan seperti *crapes*, ice krim, minuman segar, cake, donat, kopi, sampai makanan berat seperti, gudeg, nasi ayam bakar, nasi kuning dan bubur ayam. Pada bidang inilah pebisnis *food truck* bersaing.

Salah satu dari bisnis *food truck* ini, yang menjadi fokus penelitian adalah *food truck* Immanuel di Jl. Dhoho. Walaupun *food truck* immanuel masih menjual berbagai menu, tapi menu bubur ayam merupakan menu utama dan andalan immanuel. Permasalahannya adalah bahwa *food truck*

yang lain juga menjual bubur ayam dan makanan berat sebagai menu utama dan andalan antara lain *food truck* Bubur Ayam Bandung, Gudeg Jogja, Bubur Ayam Presto, Bubur Ayam Jakarta dll yang menjual makanan berat sebagai menu utama.

Konsep “pinggir jalan” menjadi salah satu daya tarik *food truck* immanuel bagi peneliti untuk mengetahui lebih dalam lagi tentang jurus-jurus bersaing yang dipraktekkan oleh pebisnis. Dalam konteks lebih khusus penulis ingin lebih mengetahui keunggulan bersaing yang dipraktekkan oleh *food truck* immanuel untuk memenangkan persaingan. Berdasarkan latar belakang tersebut diatas peneliti tertarik untuk mengambil judul ***Competitive Advantage* Pelaku Usaha *Food Truck* “Immanuel” : Sebuah Studi Fenomenologi.**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang maka fokus penelitian yang akan diperdalam adalah *competitive advantage* yang bagaimanakah yang diimplementasikan oleh *food truck* immanuel ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian sesuai dengan fokus penelitian adalah untuk mengetahui konsep *Competitive Advantage* yang diimplementasikan oleh *food truck* Immanuel untuk menghadapi persaingan bisnis.

## **D. Kegunaan Penelitian**

### **1. Bagi Dinas Terkait :**

Bagi Dinas terkait, utamanya Dinas Perdagangan, Perindustrian dan UMKM Kota Kediri. Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi untuk menentukan kebijakan-kebijakan selanjutnya terkait kelangsungan usaha *food truck* di Kota Kediri

### **2. Bagi Peneliti dan Akademisi :**

- a. Memberi pengembangan ilmu pengetahuan dan mendukung teori-teori yang sudah ada khususnya pada bidang manajemen strategi dengan penelitian ini.
- b. Sebagai pertimbangan dan bahan perbandingan bagi penelitian sejenis di waktu yang akan datang.
- c. Selain untuk mengetahui faktor keputusan pembelian pada *food truck* yang dilakukan oleh masyarakat Kota Kediri juga dapat meningkatkan pola pikir kritis terhadap fenomena-fenomena perdagangan yang diterima pada saat perkuliahan.

### **3. Bagi Pengusaha *Food Truck* :**

- a. Sebagai bahan masukan dan rekomendasi bagi pengusaha *food truck* yang ada, khususnya immanuel dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan masalah manajemen strategi yang akan diambil oleh *food truck* yang bersangkutan.
- b. Secara langsung dapat mengetahui manajemen strategi *food truck* dalam menghadapi persaingan bisnis sebagai bahan pembelajaran.

### Daftar Pustaka

- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., ... Saputri, V. G. (2018). *Statistik Gender Tematik : Profil Generasi Millenial Indonesia 2018* (A. Said, I. Budiati, T. R. B. Rahayu, & A. P. Raharjo, Eds.). Retrieved from <https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-buku-profil-generasi-milenia.pdf>
- Farkas, B. A. (2013). *Elements of an Effective Process for Developing Food Truck Policies for North Carolina Local Governments*. University of North Carolina.
- Hunger, D. J., & Wheelen, T. L. (2003). *Manajemen Strategis* (Kedua). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.