

**FPIPS : 4102/UN40.F2.10/PT/2023**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG NASI ALAM SUNDA  
DI KABUPATEN CIANJUR**

**SKRIPSI**

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Pariwisata pada Program Studi Manajemen Industri Katering



oleh

Ardhika Liandra

NIM 1905485

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG NASI ALAM SUNDA  
DI KABUPATEN CIANJUR**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

**Pembimbing 1**



**Dr. Mochamad Whilky Rizkyanfi, S.Pd., M.Pd.**

**NIPT. 920200119860520101**

**Pembimbing 2**



**Hilman Taufiq Abdillah, M.Pd.**

**NIPT. 920200119880308101**

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering**



**Dr. Dewi Turgarini, S.S., M.M.Par.**

**NIP. 197003202008122001**

**LEMBAR HAK CIPTA**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG NASI ALAM SUNDA DI  
KABUPATEN CIANJUR**

oleh  
Ardhika Liandra

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi satu di antara syarat meraih gelar Sarjana  
Pariwisata di Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Ardhika Liandra  
Universitas Pendidikan Indonesia  
2023

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak  
ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur” seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dengan seluruh materi atau pendapat dari referensi lain yang telah dikutip dengan kaidah yang berlaku dan tidak ada hasil plagiat dari karya tulis orang lain. Atas pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi yang berlaku apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran terhadap karya tulis saya. Demikian pernyataan ini saya buat.

Bandung, 20 Juli 2023

Pembuat Pernyataan



Ardhika Liandra

NIM 1905485

## **PRAKATA**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt., karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur" ini tepat pada waktunya. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi satu di antara syarat meraih gelar Sarjana Pariwisata di Universitas Pendidikan Indonesia.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mengalami kendala dan hambatan, tetapi penulis berhasil menyelesaikan dengan baik berkat dukungan dari berbagai pihak, seperti keluarga dan teman-teman penulis.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian sejenis dan bermanfaat bagi para pembaca.

Bandung, 20 Juli 2023

Penulis



Ardhika Liandra

## UCAPAN TERIMA KASIH

Skripsi ini terselesaikan dengan baik berkat bimbingan, dukungan, bantuan, semangat, dan doa dari berbagai pihak. Keberadaan mereka memberikan kekuatan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Swt., yang telah memberikan kelancaran dan kekuatan dalam proses penyusunan skripsi ini kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;
2. Isnaningsih dan Yuli Wahidin selaku orang tua penulis, yang selalu mendukung, membantu, dan mendoakan penulis dalam setiap proses yang penulis jalani khususnya dalam menempuh perkuliahan;
3. Septya Rizka Yuandra, kakak penulis yang memberikan dukungan, bantuan dan semangat kepada penulis untuk terus kuat dalam mengerjakan skripsi ini agar dapat membanggakan kedua orang tua penulis;
4. Dr. Dewi Turgarini, S.S., M.M.Par., selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering yang senantiasa membimbing, membantu, dan memberikan banyak pembelajaran mengenai perkuliahan maupun di luar perkuliahan;
5. Dr. Mochamad Whilky Rizkyanfi, M.Pd., selaku dosen Pembimbing Skripsi I yang telah bersedia bersabar dan selalu meluangkan waktu untuk membimbing, mengoreksi, dan memberikan arahan terkait skripsi penulis serta selalu memberikan semangat kepada penulis untuk tetap berprogress dalam mengerjakan skripsi;
6. Hilman Taufiq Abdillah, M.Pd., selaku dosen Pembimbing Skripsi II yang juga telah bersedia bersabar dan selalu meluangkan waktu bahkan hampir setiap hari untuk membimbing, memberikan masukan, dan mengarahkan penulis dalam mengerjakan skripsi serta terus memberikan semangat dan dukungan hingga penulis berhasil kembali mendapatkan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini;
7. Seluruh dosen dan tenaga pengajar Program Studi Manajemen Industri Katering yang telah memberikan penulis banyak kesempatan untuk mencari ilmu dan pengalaman juga selalu membimbing dalam setiap proses di dalam maupun di luar perkuliahan;

8. Riska Novita Fauziah, selaku orang terdekat penulis yang senantiasa memberikan semangat, senyuman, dukungan, dan bantuan untuk penulis agar senantiasa kuat dalam menyusun skripsi ini, serta selalu berusaha menghibur penulis saat penulis merasa penat;
9. Sahabat penulis, (alm.) R. Muhammad Raihan Hikmatullah, yang selalu menemani penulis kapan pun, di mana pun, dan dalam kondisi apa pun, juga selalu memberikan kekuatan dan semangat agar penulis selalu kuat dan tetap melangkah untuk menghadapi apapun yang sudah menunggu penulis di depan;
10. Ravena Safa Maura, Melvie, Natasya, dan Azzahra, sebagai teman bimbingan yang selalu memberikan semangat dan bantuan yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
11. Teman-teman seperjuangan penulis, yaitu Syaidan, Daffa, Fauzi, Haris, Bobby, Siraj, Fadhl, Luthfi, Rajasa, Gerald, dan Sabian yang membantu, menemani dan memberikan banyak pengalaman dan kenangan bagi penulis selama perkuliahan;
12. Manajemen Warung Nasi Alam Sunda, yang sudah memberikan izin dan bantuan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini;
13. Teman-teman mahasiswa jurusan Manajemen Industri Katering angkatan 2019, yang telah membantu satu sama lain dan memberikan banyak kesempatan dan pembelajaran bagi penulis selama perkuliahan;
14. Kakak tingkat yang telah bersedia membimbing, membantu, dan mengarahkan penulis saat kehilangan arah dan kebingungan saat mengerjakan skripsi;
15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, karena telah mendukung penulis, baik selama perkuliahan maupun selama penyusunan skripsi.

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi apakah citra merek dan harga memengaruhi keputusan pembelian dan seberapa besar citra merek dan harga memengaruhi keputusan pembelian pada Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur. Hal tersebut didasari karena banyaknya etnik restoran serupa yang mengusung nuansa sunda yang bermunculan di daerah Cianjur menciptakan persaingan bisnis yang tinggi. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, dengan teknik penarikan sampel *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah seratus orang responden yang pernah menjadi konsumen di Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menyebarkan kuesioner sebagai sumber primer dan sumber sekundernya adalah melalui pengumpulan informasi dan data dengan membaca buku, jurnal, skripsi, maupun data-data yang ada di internet. Metode analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Sementara itu, untuk menguji hipotesis yang digunakan adalah dengan melakukan uji linear berganda, uji t untuk menguji hubungan antarvariabel secara parsial, uji f untuk menguji hubungan antarvariabel secara simultan, dan uji koefisien determinasi. Hasil yang ditemukan pada penelitian ini adalah bahwa citra merek dan harga berpengaruh secara signifikan dan positif, baik secara parsial maupun simultan. Pada uji koefisien determinasi, citra merek dan harga mendapatkan nilai *R square* 0,388 atau 38% sehingga termasuk ke dalam kategori lemah, yang artinya terdapat variabel lain sebesar 62% yang memengaruhi keputusan pembelian pada Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian, Warung Nasi Alam Sunda



## **ABSTRACT**

*This research aims to identify whether brand image and price influence purchasing decisions and how much brand image and price influence purchasing decisions at Warung Nasi Alam Sunda in Cianjur Regency. This is based on the many similar ethnic restaurants that carry Sundanese nuances that have sprung up in Cianjur area creating high business competition. The research method used in this study is quantitative descriptive, with purposive sampling techniques. The sample in this study was 100 respondents who had been consumers at Warung Nasi Alam Sunda in Cianjur Regency. The data collection technique used is to distribute questionnaires as primary sources and secondary sources are through collecting information and data by reading books, journals, theses, and data on the internet. The data analysis method used is a classical assumption test including normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. Meanwhile, to test the hypothesis used is to perform multiple linear tests, *t* tests to test relationships between variables partially, *f* tests to test relationships between variables simultaneously, and determination coefficient tests. The results found in this study are that brand image and price have a significant and positive effect, both partially and simultaneously. In the coefficient of determination test, brand image and price get an *R* square value of 0.388 or 38% so that it is included in the weak category, which means that there are other variables of 62% that affect purchasing decisions at Warung Nasi Alam Sunda in Cianjur Regency.*

**Keyword:** *Brand Image, Price, Purchasing Decision, Warung Nasi Alam Sunda*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR HAK CIPTA</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>iv</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Praktis.....	8
1.4.2 Manfaat Teoretis.....	8
1.4.3 Manfaat Akademis.....	9
<b>BAB 2 TINJAUAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Pariwisata.....	10
2.1.2 Wisata Kuliner .....	11
2.1.3 Restoran.....	13
2.1.3.1 Pengertian Restoran.....	13
2.1.3.2 Etnik Restoran .....	16
2.1.4 Citra Merek.....	17
2.1.5 Harga .....	19

2.1.6 Keputusan Pembelian .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Berpikir .....	35
2.4 Hipotesis .....	35
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
3.1 Metode Penelitian .....	37
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
3.3 Objek dan Subjek Penelitian.....	38
3.3.1 Objek Penelitian .....	38
3.3.2 Subjek Penelitian .....	38
3.4 Operasional Variabel .....	39
3.4.1 Instrumen Penelitian .....	39
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	43
3.5.1 Populasi .....	43
3.5.2 Sampel .....	43
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel.....	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.7 Alur Penelitian.....	46
3.8 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	47
3.8.1 Uji Validitas.....	47
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.9 Teknik Analisis Data .....	51
3.9.1 Analisis Kuantitatif Verifikatif.....	52
3.9.1.1 Uji Asumsi Klasik .....	52
3.9.1.2 Uji Hipotesis .....	53
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>

4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	56
4.2	Gambaran Umum Responden.....	57
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	57
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan per Bulan.....	58
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur.....	59
4.2.4	Pengalaman Responden setelah Mengunjungi Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur.....	60
4.3	Hasil Tanggapan Responden .....	61
4.3.1	Hasil Tanggapan Responden terhadap Citra Merek (X1) .....	61
4.3.1.1	Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Strength</i> (Kekuatan).....	61
4.3.1.2	Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Uniqueness</i> (Keunikan)....	63
4.3.1.3	Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Favourable</i> (Kesukaan) ...	66
4.3.2	Hasil Tanggapan Responden terhadap Harga (X2) .....	68
4.3.2.1	Hasil Tanggapan Responden terhadap Keterjangkauan Harga .....	68
4.3.2.2	Hasil Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk .....	70
4.3.2.3	Hasil Tanggapan Responden terhadap Daya Saing Harga .....	72
4.3.2.4	Hasil Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Harga dengan Manfaat. ....	74
4.3.3	Analisis Keputusan Pembelian pada Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur.....	76
4.3.3.1	Hasil Tanggapan Responden terhadap Pengenalan Masalah .....	76
4.3.3.2	Hasil Tanggapan Responden terhadap Evaluasi Alternatif.....	78
4.3.3.3	Hasil Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian .....	80

4.3.3.4 Hasil Tanggapan Responden terhadap Perilaku sesudah Pembelian .....	83
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	86
4.4.1 Uji Normalitas .....	86
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	87
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	88
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	89
4.5.1 Uji Linear Berganda .....	89
4.5.2 Uji T.....	90
4.5.3 Uji F.....	91
4.5.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	92
4.6 Pembahasan .....	93
4.6.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur.....	93
4.6.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur.....	95
4.6.3 Seberapa Besar Citra Merek dan Harga Memengaruhi Keputusan Pembelian pada Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur (Y)	97
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>100</b>
5.1 Simpulan.....	100
5.2 Saran .....	101
<b>DAFTAR RUJUKAN.....</b>	<b>103</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>108</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Domestik ke Indonesia.....	1
Tabel 1. 2 Pengetahuan Responden Terhadap Rumah Makan Khas Sunda Di Kabupaten Cianjur.....	5
Tabel 1. 3 Minat Responden terhadap Rumah Makan Khas Sunda.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.2 Alur Penelitian .....	46
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X1 .....	47
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X2.....	48
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	49
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Karkteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan .....	59
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur dalam Satu Tahun Terakhir .....	59
Tabel 4.6 Pengalaman Responden setelah Mengunjungi Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur.....	60
Tabel 4.7 Keinginan Responden Untuk Kembali Mengunjungi Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur.....	60
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Strength (Kekuatan).....	61
Tabel 4.9 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Strength (Kekuatan)	63
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Uniqueness (Keunikan) .....	63
Tabel 4.11 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Uniqueness (Keunikan).....	65
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap Favourable (Kesukaan) .....	66
Tabel 4.13 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Favourable (Kesukaan) .....	67
Tabel 4.14 Tanggapan Responden terhadap Keterjangkauan Harga .....	68

Tabel 4.15 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Keterjangkauan Harga .....	69
Tabel 4.16 Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk .....	70
Tabel 4.17 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk .....	72
Tabel 4.18 Tanggapan Responden terhadap Daya Saing Harga .....	72
Tabel 4.19 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Daya Saing Harga .....	73
Tabel 4.20 Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Harga dengan Manfaat .....	74
Tabel 4.21 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Harga dengan Manfaat .....	75
Tabel 4.22 Tanggapan Responden terhadap Pengenalan Masalah .....	76
Tabel 4.23 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Pengenalan Masalah .....	78
Tabel 4.24 Tanggapan Responden terhadap Evaluasi Alternatif .....	78
Tabel 4.25 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Evaluasi Alternatif .....	80
Tabel 4.26 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian .....	81
Tabel 4.27 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian .....	83
Tabel 4.28 Tanggapan Responden terhadap Perilaku sesudah Pembelian .....	83
Tabel 4.29 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Perilaku sesudah Pembelian .....	86
Tabel 4.30 Hasil Uji Normalitas .....	86
Tabel 4.31 Hasil Uji Multikolinearitas .....	87
Tabel 4.32 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	88
Tabel 4.33 Hasil Uji Linear Berganda .....	89
Tabel 4.34 Hasil Uji T .....	91
Tabel 4.35 Hasil Uji F .....	92
Tabel 4.36 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	93
Tabel 4.37 Hasil Rekapitulasi Pernyataan Variabel Citra Merek .....	94
Tabel 4.38 Hasil Rekapitulasi Pernyataan Variabel Harga .....	96

Tabel 4.39 Hasil Rekapitulasi Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian..... 98



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	35
Gambar 4.1 Logo Alam Sunda Sumber: Manajemen Alam Sunda .....	56

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, M., Ramdan, A. H., dan Ibrahim, A. 2019. Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Manik Outdoor Bandung). *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* (vol. 5, No. 2).
- Abubakar, R. 2018. *Pengantar Metodologi Penelitian*. (Cetakan ke-2). Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Agus, Susanto. 2013. Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati. Universitas Negeri Semarang. Diakses melalui <https://docplayer.info/160767-Pengaruh-promosi-harga-dan-inovasi-produk-terhadap-keputusan-pembelian-pada-batik-tulis-karangmlati-demak-skripsi.html> (Diakses pada 17 Maret 2023)
- Ahyar, H., & Juliana Sukmana, D. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif Seri Buku Hasil Penelitian View Project Seri Buku Ajar View project*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Amalia, N. 2019. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). In *JSMB* (Vol. 6, Issue 2). <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>
- Amanda M. T., Judy O. W., & Cynthia E. V. W. 2019. Perencanaan Pariwisata Hijau Di Distrik Roon Kabupaten Teluk Wondama, Papua Barat. *Jurnal Spasial*, 6(2).
- Amegayibor, G. K., & Korankye, C. O. 2021. *Customer satisfaction and the influence of quality service aspects: A case study of a cooperative union in Cape Coast, Ghana's Central Region. Annals of Management and Organization Research*, 2(4), 253-269.
- Anggia, M. W. 2014. Pengelolaan Keaslian Rasa dan Budaya Pada Restoran Etnik Khas Jawa: Analisis Atmospheric Restoran Etnik Khas Jawa di Jakarta Selatan dan Jakarta Pusat. *Jurnal FEC: Binus*.
- Bambang Prasetyo dan Miftahul Jannah. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Brama, V. K. 2021. Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitatif Produk, Desain Produk Dan Endorse. *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* (Vol. 2, issue 5, 604-630).

- Creswell, John W. 2017. Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darma, B. 2021. Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R<sup>2</sup>). Guepedia.
- Desty Wulandari, R., & Alananto Iskandar, D. 2018. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.
- Edy, E., & Tony, T. 2022. Pengaruh Ekuitas Merek Dan Strategi Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Pt Halimjaya Sakti Medan. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)* (Vol. 1, Issue 3).
- Efendy, N. A., Pratami, L. P., & Taufik, L. M. 2019. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1 (1), 194-199.
- Gaztelumendi. 2012. *East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. Tourism Management*. Vol. 31 (1).
- Ghanem, M. S. (2019). *The Behavioral Intention of Tourists toward Local Foods: An Applied Research on the Local Foods Served in Egyptian Siwa Oasis. Journal of Service Science and Management*, 12(06), 714–741. <https://doi.org/10.4236/jssm.2019.126049>
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gloria, F., Jhony, I., Tampi, R. E., Taroreh, H., Ilmu, J., Program, A., & Bisnis, S. A. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 6, Issue 2).
- Harsana, M., Baiquni, M., Harmayani, E., & Widyaningsih, Y. A. 2018. Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng Sebagai Daya Tarik Wisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *HEJ (Home Economics Journal)*. (Vol. 1, Issue 2).

- Kambali, I., & Syarifah, A. 2020. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Jurnal Bisnis dan pemasaran*, Vol. 10 (1).
- Ketut N. R. 2021. Pariwisata Adalah Pisau Bermata 2. *Jurnal Inovasi Penelitian*, vol. 2 (5), 1469-1474.
- Kevin, Widayatmoko, & Adi Pribadi, M. 2019. Pengaruh Fungsi Iklan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek. *Prologia*, 3 (1), 169-176.
- Khusnul, L., & Ugie, Y. 2018. Pelayanan Restoran Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan (Studi Pengendalian Mutu Di Restoran D' Ayam Crispy Yogyakarta).
- Kotler dan Armstrong. 2012. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Armstrong, G. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P & Armstrong, G. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Marinkovic, V., Senic, V., & Mimovic, P. 2015. *Factors affecting choice and image of ethnic restaurants in Serbia. British Food Journal*.
- Marsum, W. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Miati, I., Yppt, S., & Tasikmalaya, P. 2020. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *1(2)*, 71–83. <http://ojs.stiami.ac.id>.
- Muliani, L. 2019. Potensi Bubur Ase Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Jakarta. *Destinesia Jurnal Hospitaliti & Pariwisata* (Vol. 1, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>.
- Nursang, F.F. 2021. Pengaruh Citra Merk, Inovasi dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan GOJEK GO-Ride (Studi Kasus Pada Masyarakat RT 105 Palmeriam). Skripsi. Tidak Diterbitkan. Program Studi Strata 1 Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia: Jakarta.
- Nur, A., & Pasca Arnu, A. 2021. Pengaruh promosi dan harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen. *Forum Ekonomi*, 23(3), 383–390. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>.
- Panji, L. R., & Tiningrum Erna. 2020. Pengaruh *Atmosphere store*, desain produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus di Rown Division

- Surakarta). *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, vol. 7 (2), 143-152).
- Rahman, Fadly. 2018. *Sunda dan Budaya Lalaban: Melacak Masa Lalu Budaya Makan Sunda*. *Metahumaniora*, (Vol. 8, Issue 3), 289-300.
- Riana, S. F., Susanto, dan Fadhilah, M. 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA* (Vol.4, No. 1).
- Ristu, A. R. 2016. Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk di Nurul Izza Yogyakarta. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga: Yogyakarta.
- Rusyidi, Binahayati dan Fedryansah, M. 2018. Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal pekerjaan Sosial*. Vol. 1, no. 3.
- San Martín, H., Herrero, A., & García de los Salmenes, M. D. M. (2019). *An integrativemodel of destination brand equity and tourist satisfaction*. *Current Issues in Tourism*. 22(16), 1992–2013. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1428286>
- Sasongko, Ibnu., Setiawan, Arief., dan Purnama, S. Y. 2019. Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner Di Sepanjang Koridor Jalan Soekarno Hatta, Kota Malang. *Jurnal ITN: Malang*.
- Silvi, D. P., Alawiyah, T. 2020. *Metode Penelitian: Strategi Menyusun Tugas Akhir*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Soekresno. 2000. *Management Food and Beverage, service hotel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Soetanto, M., Andajani, E., & Ayu, P. 2018. Pengaruh Faktor Pemilihan Restoran Etnik Terhadap *Perceived Image* Pelanggan Dream of Kahyangan Art Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro (JMPKN)* (Vol. 1, Issue 1). [www.ekonomibisnis.suarasurabaya.net](http://www.ekonomibisnis.suarasurabaya.net)
- Solihin, D. 2020. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. 2010. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: rineka cipta.
- Sumarni, M dan Soeprihanto, J. 2005. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Liberty.
- Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah. 2012. *Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Wardiyanta, Septiyani, R., & Endang, M. R. S. 2020. Studi Kasus Kualitatif Keberhasilan Restoran Non Waralaba Di Yogyakarta. 1(7).
- Wijayanti, A and Damanik, J. 2019. *Analysis of the Tourist Experience of Management of a Heritage Tourism Product: Case Study of The Sultan Palace of Yogyakarta, Indonesia*. *Journal of Heritage Tourism*. 14 (2), 166-177.
- Wijayanti, Ani. 2020. Wisata Kuliner Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kota Yogyakarta, Indonesia. *Khasanah ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 11 (1). <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah>
- Windu, F. R. 2016. Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Pedas Karuhun (Survei Pada Konsumen Jl. PHH Mustafa No.19 Blok C. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Program Strata 1 Manajemen. Universitas Pasundan: Bandung.
- Yani, M. B. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Cetakan ke-1). Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Yuliani, M. P., & Suarmanayasa, I. N. 2021. Pengaruh Harga Dan *Online Consumer Review* terhadap Keputusan Pembelian Poduk pada *Marketplace* Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2).
- Yuliara, I. M. 2016. *Regresi Linier Berganda*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Yunaida, Erni. 2017. Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa (Vol. 6, Issue 2).
- Yuningsih, Tri. 2018. Analisis Jaringan Aktor Dalam Implementasi Kebijakan Pengembangan Wisata Kota Semarang. Disertasi. Fisip, DAP, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Zainal Arifin. 2012. *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. (Bandung: Remaja Rosdakarya).