

NO. DAFTAR FPIPS: 3523/UN40.F2.8/PT/2022

**PENGARUH FOOD SAFETY TERHADAP *PURCHASE*
*DECISION***

**(Survei terhadap Konsumen yang bersantap di Rumah Makan Tahu
Sumedang Sari Kedele)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mengikuti Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata



Oleh
Yuniar Dwi Rahmania
1701372

**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2022**

LEMBAR HAK CIPTA

PENGARUH FOOD SAFETY TERHADAP *PURCHASE DECISION*
(Survei terhadap Konsumen yang bersantap di Rumah Makan Tahu Sumedang
Sari Kedele)

Oleh
Yuniar Dwi Rahmania
1701372

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

©Yuniar Dwi Rahmania, 2022
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus, 2022

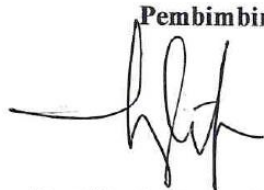
Hak cipta dilindungi Undang-Undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

I

LEMBAR PENGESAHAN

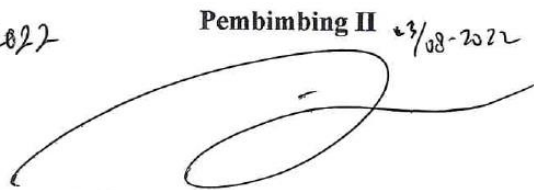
PENGARUH FOOD SAFETY TERHADAP PURCHASE DECISION
(Survei terhadap Konsumen yang bersantap di Rumah Makan Tahu Sumedang
Sari Kedele)

Skripsi ini disetujui oleh:

Pembimbing I


Dr. Gitasiswhara, SE.Par.,MM
NIP. 19730510 200812 1 002

23/08-2022

Pembimbing II


Andreas Suwandi, S.Pd., Gr., M.Pd
NIP. 92019021 989041 2 101

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata
FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia



Yeni Yuniawati, S.Pd., MM
NIP. 19810608 200604 2 001

Tanggung Jawab Yuridis
Ada pada Penulis



Yuniar Dwi Rahmania
NIM. 1701372

II

II

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Food Safety Terhadap Purchase Decision***" (Survei terhadap Konsumen yang bersantap di Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele) ini beserta seluruh isinya adalah benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 23 Agustus 2022



Yuniar Dwi Rahmania
NIM. 1701372

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, untuk memenuhi salah satu syarat ujian sidang sarjana pariwisata pada program studi manajemen pemasaran pariwisata. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, bantuan serta motivasi dari berbagai pihak. Atas segala kerendahan hati, dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., MA selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia
2. Bapak Dr. Agus Mulyana, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu Yeni Yuniawati, S.Pd., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Gitasiswhara, SE., Par., MM. selaku Dosen Pembimbing I atas segala kebaikan dalam memberikan bimbingan serta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Andreas Suwandi, S.Pd., Gr., M.Pd selaku Dosen Pembimbing II atas segala kebaikan dalam memberikan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Ibu Dewi Pancawati, S.Pd., MM selaku dosen wali yang telah banyak memberikan perhatian, ilmu, dan semangat serta mengupayakan penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan *staff* di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yang banyak memberikan ilmu bermanfaat bagi penulis selama menjalani proses perkuliahan.

8. Bapak Andang di Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang tentunya membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Keluarga tercinta Ibu YinYin, Bapak Adang Kurnia, saudara penulis yaitu Fian Febrian, beserta dua keponakan penulis yaitu Hafidz dan Nazriel yang selalu memberikan doa serta dukungan setiap waktu, juga memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Teman – teman MPP angkatan 2017 yang telah menjadi teman seperjuangan dari awal masuk perkuliahan, yang juga memberikan *support* untuk satu sama lain.
11. Semua pihak yang penulis tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut serta membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
12. Terakhir untuk Yuniar atau diri saya sendiri karena telah menyelesaikan salah satu tanggung jawab. Terimakasih.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan balasan, pahala dan RahmatNya atas segala kebaikan, doa dan perbuatannya. Aamiin.

Bandung, 23 Agustus 2022

Penulis

ABSTRAK

Yuniar Dwi Rahmania (1701372), “Pengaruh *Food Safety* terhadap *Purchase Decision*” (Survei terhadap Konsumen yang bersantap di Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele) di bawah bimbingan Dr. Gitasiswhara, SE.Par., MM dan Andreas Suwandi, S.Pd., Gr., M.Pd.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari *Food Safety* terhadap *Purchase Decision* di Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *Food Safety* yang terdiri dari beberapa subdimensi yaitu *Receipt of food*, *Cooking*, *Preparation and serving*, dan *Supply/purchase* serta yang menjadi variabel terikat (Y) adalah *Purchase Decision*. Metode yang digunakan adalah survei menggunakan *simple random sampling* dengan jumlah responden 390 yang bersantap ke Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS for Windows 26.0. *Receipt of food*, *Cooking*, *Preparation and serving*, dan *Supply/purchase* memiliki nilai tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel *Food Safety* memberi pengaruh signifikan pada *Purchase Decision* di Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele. Seluruh sub dimensi dari variabel *Food Safety* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision*.

Kata kunci: *Food Safety*, *Purchase Decision*

ABSTRACT

Yuniar Dwi Rahmania (1701372), “The Influence of Food Safety on Purchase Decisions” (Survey of Consumers who dine at Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele) under the guidance of Dr. Gitaswhara, SE.Par., MM and Andreas Suwandi, S.Pd. , Gr., M.Pd.

The purpose of this study was to determine how the effect of food safety on purchasing decisions at the Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele. The independent variable (X) in this study is Food Safety which consists of several sub-dimensions, namely Food Reception, Cooking, Preparation and serving, and Inventory/purchase and the choice variable (Y) is Purchase Decision. The method used is a survey using simple random sampling with a total of 390 respondents at the Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele. The data analysis technique used is multiple regression using the IBM SPSS for Windows 26.0 assistance program. Receiving food, Cooking, Preparation and serving, and Procurement/purchasing are highly rated. The results showed that together the Food Safety variables had a significant influence on the Purchase Decision at the Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele. All sub-dimensions of the Food Safety variable have a significant effect on Purchase Decisions.

Keywords: Food Safety, Purchase Decision

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------------------------|
| LEMBAR HAK CIPTA..... | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | Error! Bookmark not defined. |
| LEMBAR PERNYATAAN | Error! Bookmark not defined. |
| UCAPAN TERIMA KASIH..... | iv |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| DAFTAR ISIDAFTAR TABEL..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 15 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 15 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 21 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 21 |
| 1.4 Kegunaan penelitian..... | 21 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN | |
| HIPOTESIS | 22 |
| 2.1 Kajian Pustaka..... | 22 |
| 2.1.1 Konsep Purchase Decision | 22 |
| 2.1.1.1 Konsep Purchase Decision dalam Marketing Management | 22 |
| 2.1.1.2 Definisi Purchase Decision | 24 |
| 2.1.1.3 Dimensi Purchase Decision..... | 25 |
| 2.1.1.4 Model Purchase Decison..... | 26 |
| 2.1.2 Konsep Food Safety | 28 |
| 2.1.2.1 Konsep Food Safety dalam Marketing Management | 28 |
| 2.1.2.2 Definisi Food Safety | 31 |
| 2.1.2.3 Dimensi Food Safety | 33 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.2.4 Model Food Safety..... | 33 |
| 2.1.3 Penelitian Terdahulu | 34 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran | 38 |
| 2.3 Hipotesis | 42 |
| BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN | 44 |
| 3.1 Objek Penelitian | 44 |
| 3.2 Metode Penelitian | 44 |
| 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan | 44 |
| 3.2.1 Operasionalisasi Variabel | 45 |
| 3.2.3 Jenis dan Sumber Data..... | 52 |
| 3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel..... | 53 |
| 3.2.4.1 Populasi | 53 |
| 3.2.4.2 Sampel | 53 |
| 3.2.4.3 Teknik Sampling | 54 |
| 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data | 55 |
| 3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas | 56 |
| 3.2.6.1 Pengujian Validitas | 56 |
| 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas | 60 |
| 3.2.7 Rancangan Analisis Data | 61 |
| 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif | 62 |
| 3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif..... | 62 |
| 3.2.8 Pengujian Hipotesis | 67 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 70 |
| 4.1 Profil Destinasi Wisata, Karakteristik, dan Pengalaman Konsumen .. | 70 |
| 4.1.1 Profil Destinasi Wisata | 70 |
| 4.1.1.1 Identitas Destinasi Wisata | 70 |
| 4.1.1.2 Sejarah Singkat Destinasi Wisata..... | 71 |
| 4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan | 71 |
| 4.1.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan .Error! Bookmark not defined. | |

| | |
|---|-----------|
| 4.1.2 Karakteristik Konsumen Dikaitkan dengan Purchase Decision | 72 |
| 4.1.2.1 Keterkaitan Jenis Kelamin dan Usia dengan Purchase Decicion | |
| | 73 |
| 4.1.2.2 Keterkaitan Daerah Asal dengan Purchase Decision | 73 |
| 4.1.2.3 Keterkaitan Pendidikan dan Rata-Rata Penghasilan dengan | |
| Purchase Decision..... | 74 |
| 4.1.3 Pengalaman Konsumen dikaitkan dengan Purchase Decision..... | 74 |
| 4.1.3.1 Keterkaitan Sumber Informasi dan Intensitas Pembelian | |
| dengan Purchase Decision | 75 |
| 4.1.3.2 Keterkaitan Biaya yang Dikeluarkan dengan Purchase Decision | |
| | 75 |
| 4.2 Gambaran Variabel Food Safety di Rumah Makan Tahu Sumedang | |
| Sari Kedele | 76 |
| 4.2.1 Tanggapan Konsumen terhadap Receipt of Food | 76 |
| 4.2.2 Tanggapan Konsumen terhadap Cooking..... | 77 |
| 4.2.3 Tanggapan Konsumen terhadap Preparation and Serving..... | 78 |
| 4.2.4 Tanggapan Konsumen terhadap Supply/purchase | 80 |
| 4.2.5 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Konsumen terhadap Food Safety di | |
| Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele | 81 |
| 4.3 Gambaran Purchase Decision di Rumah Makan Tahu Sumedang Sari | |
| Kedele | 83 |
| 4.3.1 Tanggapan Konsumen terhadap Product Choice | 83 |
| 4.3.2 Tanggapan Konsumen terhadap Brand Choice | 84 |
| 4.3.3 Tanggapan Konsumen terhadap Purchase Timing..... | 85 |
| 4.3.4 Tanggapan Konsumen terhadap Payment Method..... | 86 |
| 4.3.5 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Konsumen terhadap Purchase | |
| Decision di Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele..... | 87 |
| 4.4 Pengaruh Food Safety terhadap Purchase Decision di Rumah Makan | |
| Tahu Sumedang Sari Kedele | 88 |
| 4.4.1 Hasil Pengujian Asumsi Regresi Linear Berganda | 89 |

| | |
|---|------------|
| 4.4.1.1 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas..... | 89 |
| 4.4.1.2 Hasil Pengujian Asumsi Linearitas | 89 |
| 4.4.1.3 Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi..... | 90 |
| 4.4.1.4 Hasil Pengujian Asumsi Heterokedastisitas | 90 |
| 4.4.1.5 Hasil Pengujain Asumsi Multikolinearitas | 91 |
| 4.4.2 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi | 92 |
| 4.4.3 Pengaruh Food Safety terhadap Purchase Decision Secara Model Fit (Uji F)..... | 93 |
| 4.4.4 Pengaruh Food Safety terhadap Purchase Decision Secara Parsial (Uji T)..... | 93 |
| 4.4.5 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh Food Safety terhadap Purchase Decision..... | 95 |
| 4.5 Pembahasan Hasil Penelitian | 95 |
| 4.5.1 Tanggapan Konsumen terhadap Food Safety di Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele | 95 |
| 4.5.2 Tanggapan Konsumen terhadap Purchase Decision di Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele | 96 |
| 4.5.3 Pengaruh Food Safety terhadap Purchase Decision di Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele | 96 |
| 4.6 Implikasi Hasil Temuan Penelitian..... | 97 |
| 4.6.1 Temuan Bersifat Teoritik..... | 97 |
| 4.6.2 Temuan Bersifat Empirik | 98 |
| BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI | 99 |
| 5.1 Kesimpulan | 99 |
| 5.2 Rekomendasi | 100 |
| DAFTAR PUSTAKA | 101 |
| LAMPIRAN..... | 112 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----------|
| TABEL 1. 1 PENDAPATAN RUMAH MAKAN TAHU SUMEDANG SARI KEDELE 2019-2021..... | 18 |
| TABEL 2. 1 PENELITIAN TERDAHULU..... | 34 |
| TABEL 3. 1 OPERASIONALISASI VARIABEL | 46 |
| TABEL 3. 2 JENIS DAN SUMBER DATA..... | 52 |
| TABEL 3. 3 ALTERNATIF JAWABAN MENURUT SKALA LIKERT | 62 |
| TABEL 4. 1 KETERKAITAN KARAKTERISTIK WISATAWAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN DAN USIA..... | 73 |
| TABEL 4. 2 KETERKAITAN KARAKTERISTIK WISATAWAN BERDASARKAN ASAL DAERAH..... | 73 |
| TABEL 4. 3 KETERKAITAN KARAKTERISTIK WISATAWAN BERDASARKAN PEKERJAAN DAN RATA-RATA PENGHASILAN | 74 |
| TABEL 4. 4 KETERKAITAN KARAKTERISTIK WISATAWAN BERDASARKAN SUMBER INFORMASI DAN INTENSITAS PEMBELIAN..... | 75 |
| TABEL 4. 5 KETERKAITAN KARAKTERISTIK WISATAWAN BERDASARKAN BIAYA YANG DIKELUARKAN..... | 75 |
| TABEL 4. 6 TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP RECEIPT OF FOOD | 76 |
| TABEL 4. 7 TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP COOKING | 77 |
| TABEL 4. 8 TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP PREPARATION AND SERVING..... | 79 |
| TABEL 4. 9 TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP SUPPLY/PURCHASE | 80 |
| TABEL 4. 10 REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP FOOD SAFETY DI RUMAH MAKAN TAHU SUMEDANG SARI KEDELE | 81 |
| TABEL 4. 11 TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP PRODUCT CHOICE..... | 83 |
| TABEL 4. 12 TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP BRAND CHOICE | 84 |
| TABEL 4. 13 TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP PURCHASE TIMING | 85 |
| TABEL 4. 14 TANGGAPAN WISATAWAN TERHADAP PAYMENT METHOD..... | 86 |
| TABEL 4. 15 REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PURCHASE DECISION DI RUMAH MAKAN TAHU SUMEDANG SARI KEDELE | 87 |
| TABEL 4. 16 HASIL PENGUJIAN ASUMSI NORMALITAS DENGAN MENGGUNAKAN KOLMOGOROV SMIRNOV | 89 |
| TABEL 4. 17 HASIL PENGUJIAN ASUMSI LINEARITAS..... | 90 |

| | |
|--|-----------|
| TABEL 4. 18 HASIL PENGUJIAN ASUMSI AUTOKORELASI | 90 |
| TABEL 4. 19 HASIL PENGUJIAN ASUMSI HETEROKEDASTISITAS .. | 91 |
| TABEL 4. 20 HASIL PENGUJIAN ASUMSI MULTIKOLINEARITAS | 91 |
| TABEL 4. 21 HASIL PENGUJIAN KOEFISIEN KORELASI DAN KOEFISIEN DETERMINASI..... | 92 |
| TABEL 4. 22 HASIL UJI SECARA MODEL FIT (UJI F)..... | 93 |
| TABEL 4. 23 HASIL UJI SECARA PARSIAL (UJI T) | 93 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----------|
| GAMBAR 2. 1 LIMA TAHAP PROSES PEMBELIAN KONSUMEN | 26 |
| GAMBAR 2. 2 MODEL FOOD SAFETY | 33 |
| GAMBAR 2. 3 KERANGKA PEMIKIRAN | 41 |
| GAMBAR 2. 4 PARADIGMA PENELITIAN | 42 |
| GAMBAR 3. 1 ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA | 65 |

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Patah, M. O. R., Mat Issa, Z., & Mohammad Nor, K. (2009). Food Safety Attitude of Culinary Arts Based Students in Public and Private Higher Learning Institutions (IPT). *International Education Studies*, 2(4). <https://doi.org/10.5539/ies.v2n4p168>
- Adriyani, R., & Farhan, S. (2009). *Penilaian GMP dan SSOP pada Bagian Pengolahan Makanan di Katering X Surabaya dengan Metode Skoring sebagai Prasyarat Penerapan HACCP* (Vol 6). The Indonesian Journal of Public Health.
- Akkerman, R., Farahani, P., & Grunow, M. (2010). Quality, safety and sustainability in food distribution: A review of quantitative operations management approaches and challenges. In *OR Spectrum* (Vol. 32, Issue 4). <https://doi.org/10.1007/s00291-010-0223-2>
- Alexandra, V. (2013). *Consumer Behavior in Tourism and the Influencing*. 2, 186–198.
- Amelia, D. S., Suwarni, L., Selviana, S., & Mawardi, M. (2020). Kesiapan Rumah Makan di Era New Normal. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 9(04), 216–221. <https://doi.org/10.33221/jikm.v9i04.769>
- Ardyanto, D., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Arikunto, S. (2009). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bai, L., Wang, M., Yang, Y., & Gong, S. (2019). Food safety in restaurants: The consumer perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 77(July 2017), 139–146. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.06.023>
- Barokah, S., Andina, A. N., & Anggiany, Z. (2020). Strategi Adaptif Kedai Kopi “ Coffeebreak ” Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora Strategi*, 01(12), 150–160. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/download/230/165>
- Basri, N. A. H., Ahmad, R., Anuar, F. I., & Ismail, K. A. (2016). Effect of Word of Mouth Communication on Consumer Purchase Decision: Malay Upscale

- Restaurant. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 324–331.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.175>
- Belch, G. ., & M.A, B. (1998). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (4th ed.).
- Berkowitz, B. (2002). Characterizing flow and transport in fractured geological media: A review. *Advances in Water Resources*, 25(8–12), 861–884.
[https://doi.org/10.1016/S0309-1708\(02\)00042-8](https://doi.org/10.1016/S0309-1708(02)00042-8)
- Bowie, D., & Buttle, F. (2004). *Hospitality Marketing: An Introduction*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Bryan, F. L. (1992). WORLD HEALTH ORGANIZATION HAZARD ANALYSIS CRITICAL CONTROL POINT EVALUATIONS A guide to identifying hazards and assessing risks associated with food preparation and storage CORRIGENDA. *World Health Organization Publications*, 9, 80.
- Buchari, A. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Budiani, N. P. A. (2021). Persepsi Pelanggan terhadap Penerapan Protokol Kesehatan dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Selama Era New Normal pada Restoran di Kota Denpasar-Bali. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 9(1), 34–44. <https://doi.org/10.52352/jgi.v9i1.590>
- Chakraborty, D. (2016). *Factors Affecting Consumer Purchase Decision towards Online Shopping: a Study Conducted in Gangtok, Sikkim* (pp. 11–18). Adarsh Business Review.
- Che, J. W. S., Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2017). Consumer Purchase Decision in Instagram Stores:The Role of Consumer Trust. *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences (2017)*, 24–33.
<https://doi.org/10.24251/hicss.2017.004>
- Chin, P. N., Isa, S. M., & Alodin, Y. (2019). The impact of endorser and brand credibility on consumers ' purchase intention : the mediating effect of attitude towards brand and brand credibility. *Journal of Marketing Communications*, 00(00), 1–17. <https://doi.org/10.1080/13527266.2019.1604561>
- Choi, D. W., Lee, S., & Alcorn, M. (2020). Influence of culture on purchase decision: Integrative models development of amusement park customers. *International Journal of Hospitality Management*, 87(October 2019).

<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102502>

- Cooper, D., & Schindler, P. (2013). *Business Research Methods* (12th editi). McGraw-Hill Higher Education.
- Daulay, S. S. (2000). *HAZARD ANALYSIS CRITICAL CONTROL POINT (HACCP) DAN IMPLEMENTASINYA DALAM INDUSTRI PANGAN*. 1. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- De Jonge, J., Frewer, L., Van Trijp, H., Jan Renes, R., De Wit, W., & Timmers, J. (2004). Monitoring consumer confidence in food safety: An exploratory study. *British Food Journal*, *106*, 837–849. <https://doi.org/10.1108/00070700410561423>
- Escobar-Rodríguez, T., & Bonsón-Fernández, R. (2017). Analysing online purchase intention in Spain: fashion e-commerce. *Information Systems and E-Business Management*, *15*(3), 599–622. <https://doi.org/10.1007/s10257-016-0319-6>
- Gould, L. H., Rosenblum, I., Nicholas, D., Phan, Q., & Jones, T. F. (2013). Contributing factors in restaurant-Associated foodborne disease outbreaks, foodnet sites, 2006 and 2007. *Journal of Food Protection*, *76*(11), 1824–1828. <https://doi.org/10.4315/0362-028X.JFP-13-037>
- Gumber, G., & Rana, J. (2018). Does Brand Awareness Impact Purchase Decision: A Case of Organic Grocery. *International Journal of Emerging Research in Management and Technology*, *6*(7), 45. <https://doi.org/10.23956/ijermt.v6i7.182>
- Han, H., & Hyun, S. S. (2017). Impact of hotel-restaurant image and quality of physical-environment, service, and food on satisfaction and intention. *International Journal of Hospitality Management*, *63*, 82–92. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.03.006>
- Hollensen, S. (2010). *MARKETING MANAGEMENT A RELATIONSHIP APPROACH* Svend Hollensen Second Edition. [http://www.microlinkcolleges.net/elib/files/undergraduate/AccountingandFinance/Marketing mgt.pdf](http://www.microlinkcolleges.net/elib/files/undergraduate/AccountingandFinance/Marketing%20mgt.pdf)
- Julianto, A. R., Amnilis, & Gusriati. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Kopi pada Masa New Normal di Coffee

- Shop Kota Padang. *Jurnal Research Ilmu PertaniN (JRIP)*, 1(1), 94–100.
- Kandampully, J., & hu, H. H. (2007). Do hoteliers need to manage image to retain loyal customers? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 435–443. <https://doi.org/10.1108/09596110710775101>
- Karimi, S., Papamichail, K. N., & Holland, C. P. (2015). The effect of prior knowledge and decision-making style on the online purchase decision-making process: A typology of consumer shopping behaviour. *Decision Support Systems*, 77, 137–147. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2015.06.004>
- Katrin, I. L., & H.P Diah Setyorini. (2016). *PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN JAVANA BISTRO BANDUNG*. 246–254.
- Kavoura, A., Kefallonitis, E., & Prokopios Theodoridis. (2017). *Strategic Innovative Marketing*. 153–158. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-33865-1>
- Kealesitse, B., & Kabama, I. O. (2012). Exploring the Influence of Quality and Safety on Consumers' Food Purchase Decisions in Botswana. *International Journal of Business Administration*, 3(2). <https://doi.org/10.5430/ijba.v3n2p90>
- Khairani, K. (2018). the Effect of Brand Image and Food Safety on the Purchase Decision of Samyang Noodles Product To the Students of Faculty of Economics and Business of University of North Sumatra Medan. *International Journal on Language, Research and Education Studies*, 2(2), 266–280. <https://doi.org/10.30575/2017/ijlres-2018050810>
- Kiswanto, A. (2020). Penyaluran Alat Pencegahan dan Sosialisasi Protokoler Kesehatan Penyaluran Alat Pencegahan dan Sosialisasi Protokoler Kesehatan untuk Pelayanan Kunjungan Wisatawan dalam Menghadapi New untuk Pelayanan Kunjungan Wisatawan dalam Menghadapi New Normal Pasca. *Abdimas Pariwisata*, 1(1), 26–32.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Fifteenth Edition. New York: Pearson. In *Soldering & Surface Mount Technology* (Vol. 13, Issue 3).
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism* (Sixth Edit). Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Gary, A. (2017). *Principle of Marketing* (17th Editi). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (Edisi 14). Prentice-Hall Published.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Education, Inc.
- Liker, B., Stirn, L. Z., Bučar, D. G., & Hrovatin, J. (2016). Ispitivanje činitelja u procesu donošenja odluke o kupnji kuhinjskog namještaja primjenom združene analize. *Drvna Industrija*, 67(2), 141–147. <https://doi.org/10.5552/drind.2016.1525>
- Lim, T. P., Chye, F. Y., Sulaiman, M. R., Suki, N. M., & Lee, J. S. (2016). A structural modeling on food safety knowledge, attitude, and behaviour among Bum Bum Island community of Semporna, Sabah. *Food Control*, 60, 241–246. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2015.07.042>
- Lismanizar, & Utami², S. (2018). Pengaruh keamanan pangan, kesadaran kesehatan, nilai yang dirasakan dan harga terhadap niat beli makanan cepat saji pada konsumen kfc di kota banda aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 86–97.
- Liu, Y., & Jang, S. S. (2009). International Journal of Hospitality Management Perceptions of Chinese restaurants in the U . S .: What affects customer satisfaction and behavioral intentions? *International Journal of Hospitality Management*, 28, 338–348. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.10.008>
- Lovelock, C. (2011). *Pemasaran Jasa Edisi 7*. Erlangga.
- Ma'ruf, H. (2006). *Pemasaran Ritel*. Gramedia Pustaka Utama.
- Maity, M., & Dass, M. (2014). Consumer decision-making across modern and traditional channels: E-commerce, m-commerce, in-store. *Decision Support Systems*, 61(1), 34–46. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2014.01.008>
- Malhotra, N. K., Birks, D. F., & Wills, P. A. (2013). *Marketing Research : An Applied Approach* (4th ed.). Pearson Education Limited.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis*

Dan Akuntansi, 9(2), 110–121.

- Manning, C. K., & Snider, O. S. (1993). *Temporary Public Eating Places: Food Safety Knowledge, Attitudes and Practices* (pp. 24–28). *Journal of Environmental Health*. www.jstor.org/stable/44534541
- Marlius, D. (2017). KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN FAKTOR PSIKOLOGIS DAN BAURAN PEMASARAN PT. INTERCOM MOBILINDO PADANG. *Advanced Drug Delivery Reviews*, 135(January 2006), 989–1011. <https://doi.org/10.1016/j.addr.2018.07.012><http://www.capsulae.com/media/Microencapsulation-Capsulae.pdf><https://doi.org/10.1016/j.jaerosci.2019.05.001>
- Martins, R. B., Hogg, T., & Otero, J. G. (2012). Food handlers' knowledge on food hygiene: The case of a catering company in Portugal. *Food Control*, 23(1), 184–190. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2011.07.008>
- Maruchek, A., Greis, N., Mena, C., & Cai, L. (2011). Product safety and security in the global supply chain: Issues, challenges and research opportunities. *Journal of Operations Management*, 29(7–8), 707–720. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2011.06.007>
- Maryanti, S., Netrawati, I. O., & Faezal, F. (2019). Menggerakkan Perekonomian Melalui Pemulihan Usaha Dan Industri Mikro Kecil Menengah Pasca Bencana Gempa Bumi Di Nusa Tenggara Barat. *Media Bina Ilmiah*, 14(4), 2321. <https://doi.org/10.33758/mbi.v14i4.342>
- McSwane, D., Rue, N. R., Linton, R., & Williams, A. G. (2010). *Food safety fundamentals*. Food Marketing Institute; 2nd edition (2010).
- Moore, K., Smallman, C., Wilson, J., & Simmons, D. (2012). Dynamic in-destination decision-making: An adjustment model. *Tourism Management*, 33(3), 635–645. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.07.005>
- Norazmir, M. N., Noor Hasyimah, M. A., Siti Shafurah, A., Siti Sabariah, B., Ajau, D., & Norazlanshah, H. (2012). Knowledge and practices on food safety among secondary school students in Johor Bahru, Johor, Malaysia. *Pakistan Journal of Nutrition*, 11(2), 110–115. <https://doi.org/10.3923/pjn.2012.110.115>

- O'Duffy, A. E., Bordelon, Y. M., & McLaughlin, B. (2007). Killer proteases and little strokes - How the things that do not kill you make you stronger. *Journal of Cerebral Blood Flow and Metabolism*, 27(4), 655–668. <https://doi.org/10.1038/sj.jcbfm.9600380>
- Ozturk, A. B., Nusair, K., Okumus, F., & Singh, D. (2017). Understanding mobile hotel booking loyalty: an integration of privacy calculus theory and trust-risk framework. *Information Systems Frontiers*, 19(4), 753–767. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9736-4>
- Park, C. W., Macinnis, D. J., Priester, J., Eisingerich, A. B., Park, C. W., MacInnis, J., Priester, J., & Eisingerich, A. B. (2016). Attitude Empirical Critical Attachment and of Two Strength : Conceptual Differentiation Brand Drivers. *Journal of Marketing*, 74(6), 1–17.
- Prigent-Simonin, A.-H., & Hérault-Fournier, C. (2005). The role of trust in the perception of the quality of local food products: with particular reference to direct relationships between producer and consumer. *Anthropology of Food*, 4, 1–14. <https://doi.org/10.4000/aof.204>
- Primantari, A. . B. D. A., & Purnami, N. M. (2017). Pengaruh Promosi, Gaya Hidup dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Penggunaan Taksi Online Blue Bird. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 2. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Priyatno, D. (2011). *Buku Saku Analisis Statistik Data SPSS*. Mediakom.
- Purnama, R., & Pralina, A. R. (2016). Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran the Centrum Bandung. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(1), 973. <https://doi.org/10.17509/thej.v6i1.2008>
- Purwanto, E. A., & Sulistyastuti, D. R. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Penerbit Gava Media.
- Reid, R. D., & Bojanic, D. C. (2009). *Hospitality Marketing Management* (5th ed.). John Wiley and Sons, 2009.
- Rennie, D. M. (1995). Health education models and food hygiene education. *Journal of the Royal Society of Health*, 1(2), 165–168.
- Robertson, A. (2005). Risk of Aflatoxin Note 381 Contamination Increases With

- Hot And Dry Growing Conditions. *Integrated Crop Management IC494*, 23, 185–186.
- Safira, R. A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening di Era New Normal. *International Journal of Hypertension*, 1(1), 1–171. <http://etd.eprints.ums.ac.id/14871/%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.cell.2017.12.025%0Ahttp://www.depkes.go.id/resources/download/info-terkini/hasil-risikesdas-2018.pdf%0Ahttp://www.who.int/about/licensing/%0Ahttp://jukeunila.com/wp-content/uploads/2016/12/Dea>
- Saladin, D. (2016). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Unsur-unsur Pemasaran* (CV. Linda Karya (Ed.)).
- Salem, M. Z., Baidoun, S., Walsh, G., & Sweidan, N. (2019). *The effect of female portrayal in advertising on the Palestinian females purchase decision* (pp. 282–300). *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2017-0099>
- Sandi, A. (2021). *Wisata dan Hotel Terpuruk, Pelaku Usaha di Sumedang Sayangnya Kegiatan Pemerintah Digelar di Luar Daerah*. Perception. <https://inisumedang.com/wisata-dan-hotel-terpuruk-pelaku-usaha-di-sumedang-sayangkan-kegiatan-pemerintah-digelar-di-luar-daerah/>
- Schiffman, L. G., Hansen, H., & Kanuk, L. (2011). *Consumer Behaviour: A European Outlook* (2 edition). Trans-Atlantic Publications. <https://www.amazon.com/Consumer-Behaviour-European-Leon-Schiffman/dp/0273736957>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. (2012). *Consumer Behavior: An European Outlook, Second Edition*. Prentice Hall.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2008). *Consumer Behaviour 7th Edition* (pp. 9–11).
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2014). *Consumer Behavior* (Vol. 1, p. 8). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Schwartz. (1975). *Nutritional knowledge, attitudes, and practices of high school graduates* (pp. 28–31). *Journal of the American Dietetic Association*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016a). *Research Methods for Business. Encyclopedia*

- of Quality of Life and Well-Being Research* (7th ed). John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_102084
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016b). *Research Methods for Business*.
- Shakila, S., & Sasimalani, S. (2016). Food Safety Knowledge, Attitude and Food Handling Practices among Food-Background Students in Management and Science. *ResearchGate*, *January*, 1–8. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4022.8885>
- Shim, J., Moon, J., Song, M., & Lee, W. S. (2021). Antecedents of purchase intention at starbucks in the context of covid-19 pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, *13*(4), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su13041758>
- Si, S., Adalja, A. A., Gómez, M. I., Cynthia Lin Lawell, C., Zhu, C., Lawell, L., Bar-Isaac, H., Cao, J., Chen, C., Dubois, P., Fan, L., Gatti, N., Ge, F., Gerarden, T., Gibson, M., Kawai, K., Kleven, H., Li, D., Li, S., ... Zhang, S. (2021). *Food Safety and Restaurant Food*.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Refika Aditama.
- Smith, P., Young, M., Davison, R., & Holloway, J. (2008). *An outbreak of Clostridium perfringens and the enforcement of food safety standards*. *32*(4).
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika Edisi ke-6*. Tarsito.
- Sugiyama, A. G. (2008). *Metode Riset : Bisnis dan Manajemen*. Guardaya Intimarta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2002). *Metodologi Penelitian*. PT.Rineka Cipta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Sulek, J. M., & Hensley, R. L. (2004). The relative importance of food, atmosphere, and fairness of wait: The case of a full-service restaurant. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, *45*(3), 235–247. <https://doi.org/10.1177/0010880404265345>
- Suryonaningsih, E. (2016). Effect of Price and Image Brand on Consumer Satisfaction. *Journal of Management*, *2*(2).
- Sweeney, J., & Swait, J. (2008). *The effects of brand credibility on customer loyalty*. *15*, 179–193. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2007.04.001>

- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi.
- Todd, E. C. D., Michaels, B. S., Smith, D., Greig, J. D., & Bartleson, C. A. (2010). Outbreaks where food workers have been implicated in the spread of foodborne disease. Part 9. Washing and drying of hands to reduce microbial contamination. *Journal of Food Protection*, *73*(10), 1937–1955. <https://doi.org/10.4315/0362-028X-73.10.1937>
- Tran, B. X., Do, H. T., Nguyen, L. T., Boggiano, V., Le, H. T., Thi Le, X. T., Trinh, N. B., Nam Do, K., Nguyen, C. T., Nguyen, T. T., Dang, A. K., Mai, H. T., Nguyen, L. H., Than, S., & Latkin, C. A. (2018). Evaluating food safety knowledge and practices of food processors and sellers working in food facilities in Hanoi, Vietnam. *Journal of Food Protection*, *81*(4), 646–652. <https://doi.org/10.4315/0362-028X.JFP-17-161>
- Van Rijswijk, W., & Frewer, L. J. (2008). Consumer perceptions of food quality and safety and their relation to traceability. *British Food Journal*, *110*(10), 1034–1046. <https://doi.org/10.1108/00070700810906642>
- Verbeke, W. (2005). Agriculture and the food industry in the information age. *European Review of Agricultural Economics*, *32*(3), 347–368. <https://doi.org/10.1093/eurrag/jbi017>
- Wijaya, M. C., & Santoso, T. (2021). Pengaruh Persepsi Fasilitas Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Produk Starbucks Di Surabaya Dalam Tatanan New Normal Selama Masa Pandemi Covid-19. *Agrora*, *9*(2).
- Wilcock, A., Pun, M., Khanona, J., & Aung, M. (2004). Consumer attitudes, knowledge and behaviour: A review of food safety issues. *Trends in Food Science and Technology*, *15*(2), 56–66. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2003.08.004>
- Woh, P. Y., Thong, K. L., Behnke, J. M., Lewis, J. W., & Mohd Zain, S. N. (2016). Evaluation of basic knowledge on food safety and food handling practices amongst migrant food handlers in Peninsular Malaysia. *Food Control*, *70*, 64–73. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2016.05.033>
- Wu, L., Shen, H., Fan, A., & Mattila, A. S. (2017). The impact of language style on consumers' reactions to online reviews. *Tourism Management*, *59*, 590–596. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.09.006>

- Xiao, Z., Zhang, J., Li, D., & Samutachak, B. (2016). The effect of e-WOM on country image and purchase intention: An empirical study on Korean cosmetic products in China. *International Journal of Services, Technology and Management*, 22(1–2), 18–30. <https://doi.org/10.1504/IJSTM.2016.077652>
- Yang, J., Sarathy, R., & Walsh, S. M. (2016). Do review valence and review volume impact consumers' purchase decisions as assumed? *Nankai Business Review International*, 7(2), 231–257. <https://doi.org/10.1108/NBRI-11-2015-0028>
- Yasemin, A., Huseyin, G., & Isil, S. (2013). University students' knowledge and practices of food safety. *Anthropologist*, 16(3), 677–684. <https://doi.org/10.1080/09720073.2013.11891393>
- Yeung, R. M. W., & Yee, W. M. S. (2003). Risk reduction: An insight from the UK poultry industry. *Nutrition & Food Science*, 33(5), 219–229. <https://doi.org/10.1108/00346650310499749>
- Yeung, R., & Yee, W. M. . (2012). Food safety concern. *British Food Journal*, 114(1), 40–53. <https://doi.org/10.1108/00070701211197356>
- Yulianti, I., & Tung, W. (2013). The relationship among brand experience, brand image and customer satisfaction of Facebook users in Indonesia. *World Applied Sciences Journal*, 28(13), 100–113. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.28.efmo.27017>