

No. Daftar FPIPS: 4393/UN40.A2.10/PT/2023

**PENGARUH *MEAL EXPERIENCE* TERHADAP MINAT BELI ULANG
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN DI SEROJA BAKE BANDUNG**

Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pariwisata Program Studi Manajemen Industri Katering



Oleh
Vika Febria Dwi Lestari
1901340

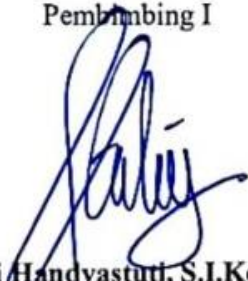
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *MEAL EXPERIENCE* TERHADAP MINAT BELI ULANG
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN DI SEROJA BAKE BANDUNG**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing

Pembimbing I



Indriyani Handyastuti, S.I.Kom., M.Sc
NIP. 49800121.200502.2.001

Pembimbing II



Gilang Pratama Putra, S.Pd., M.Pd.
NIP. 920200419870218101

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Manajemen Industri Katering



Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si
NIP. 19710309.201012.2.001

LEMBAR HAK CIPTA

**PENGARUH *MEAL EXPERIENCE* TERHADAP MINAT BELI ULANG
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN DI SEROJA BAKE BANDUNG**

Oleh

Vika Febria Dwi Lestari

1901340

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Industri Katering
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Vika Febria Dwi Lestari

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 yang bertanda tangan dibawah ini, Vika Febria Dwi Lestari dengan NIM 1901340, dengan judul skripsi “Pengaruh *Meal Experience* terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen di Seroja Bake Bandung” Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari Skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Bandung, 19 Juli 2023

Pembuat Pernyataan

Vika Febria Dwi Lestari

NIM. 1901340

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur selalu terpanjat kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala karena atas izin dan berkat limpahan rahmat-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Meal Experience* terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen di Seroja Bake Bandung”. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam menempuh gelar Sarjana Pariwisata (S.Par.) pada Program Studi Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.

Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa di dalamnya tidak menutup kemungkinan terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan masukan yang membangun dari berbagai pihak untuk perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, para pembaca dan semua pihak.

Bandung, 19 Juli 2023

Pembuat Pernyataan

Vika Febria Dwi Lestari

NIM. 1901340

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti dalam menimba ilmu pengetahuan, melakukan penelitian, serta penyusunan skripsi ini sampai selesai tidak lepas dari motivasi dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan dalam pengerjaan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, doa, nasihat serta kesabaran yang luar biasa dalam setiap langkah peneliti dalam proses pengerjaan skripsi.
2. Prof. Dr. H.M. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Dr. Agus Mulyana, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
4. Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering.
5. Indriyani Handyastuti, S.I.Kom., M.Sc., selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan memberikan yang terbaik untuk kelancaran skripsi penulis. Terima kasih atas waktu serta masukan yang sangat bermanfaat.
6. Gilang Pratama Putra, S.Pd., M.Pd., selaku dosen pembimbing 2 yang telah sabar membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini. Terima kasih untuk selalu sabar dan selalu dapat meluangkan waktu untuk membimbing skripsi ini.
7. Dosen Program Studi Manajemen Industri Katering yang telah memberikan ilmu-ilmu bermanfaat selama peneliti berkuliah sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini berkat ilmu-ilmu yang didapatkan tersebut.
8. Kepada Owner Seroja Bake Bandung. Faza Chu yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian.
9. Teman-teman peneliti, yaitu Ummu Izzatul Kharimah, Syahid Fathurrizqi, Farrel Fasya, Fatin Rizqullah, dan Fariska Aulia yang menemani dan

menjadi teman bercerita selama pengerjaan skripsi, serta memberikan semangat dan dukungan untuk tetap mengerjakan skripsi dengan baik.

10. Azzahra, Muhammad Taofik, Dinda Fajar, dan teman-teman MIK 2019 lainnya yang telah menemani penulis dalam menjalani perkuliahan di Manajemen Industri Katering.
11. Seluruh reponden penelitian yang telah berpartisipasi, terima kasih telah meluangkan waktunya untuk menjadi responden dalam penelitian skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan oleh peneliti satu per satu dan telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala, senantiasa membalas semua kebaikan dan ketulusan yang diberikan kepada penulis.

ABSTRAK

Meal experience merupakan rangkaian pengalaman makan yang dirasakan konsumen sejak memasuki ruangan hingga selesai menikmati makanan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari meal experience terhadap kepuasan konsumen di Seroja Bake Bandung. Meal experience terdiri dari aspek food and drink, level of service, interior design, atmosphere and mood, location and accessibility, price and value for money. Lokasi penelitian ini dilakukan di Seroja Bake Bandung, sebuah bakery lokal dengan pendekatan kontemporer yang memiliki misi untuk memanfaatkan bahan baku lokal yang ada di Indonesia khususnya di daerah Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan analisis regresi berganda. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan Software IBM SPSS 25 untuk memvalidasi hubungan sebab akibat antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek food and drink dan atmosphere and mood berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan, aspek level of service, interior design, location and accessibility, price and value for money secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Meal experience, Kepuasan konsumen, Bakery lokal

ABSTRACT

Meal experience is a series of dining experiences felt by consumers from entering the room until they finish enjoying the food. This research was conducted to determine the effect of meal experience consumer satisfaction at Seroja Bake Bandung. Meal experience consists of aspects food and drink, level of service, interior design, atmosphere and mood, location and accessibility, price and value for money. The location of this research was conducted at Seroja Bake Bandung, a local bakery with a contemporary approach that has a mission to utilize local raw materials in Indonesia, especially in the area of West Java. This study uses a quantitative method with a descriptive approach with multiple regression analysis. The data analysis technique used is IBM SPSS 25 Software to validate the causal relationship between variables. The results of the research show that aspects food & drink and atmosphere & mood significant effect on consumer satisfaction. Meanwhile, aspects level of service, interior design, location and accessibility, price and value for money partially no significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Meal experience, Customer satisfaction, Local bakery

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| LEMBAR HAK CIPTA..... | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| UCAPAN TERIMA KASIH | v |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS | 9 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka..... | 9 |
| 2.1.1 Pariwisata | 9 |
| 2.1.2 Pastry dan Bakery | 9 |
| 2.1.3 Manajemen Pemasaran | 10 |
| 2.1.4 Perilaku Konsumen | 11 |
| 2.1.5 Meal Experience | 12 |
| 2.1.6 Kepuasan Konsumen..... | 17 |
| 2.1.7 Minat Beli Ulang..... | 18 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.8 Hubungan Meal Experience, Kepuasan Konsumen dan Minat Beli..... | 19 |
| 2.1.9 Penelitian Terdahulu | 20 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran | 23 |
| 2.3 Hipotesis Penelitian | 24 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 25 |
| 3.1 Desain Penelitian | 25 |
| 3.2 Metode Penelitian | 26 |
| 3.2.1 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel..... | 26 |
| 3.2.2 Operasionalisasi Variabel | 28 |
| 3.2.3 Jenis dan Sumber Data..... | 30 |
| 3.2.4 Instrumen Penelitian | 31 |
| 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 32 |
| 3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas..... | 33 |
| 3.2.7 Analisis Data..... | 37 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 43 |
| 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian..... | 43 |
| 4.1.1 Sejarah Seroja Bake Bandung..... | 43 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Seroja Bake Bandung..... | 45 |
| 4.2 Klasifikasi Responden | 45 |
| 4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin..... | 46 |
| 4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan..... | 46 |
| 4.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Asal Daerah..... | 48 |
| 4.3 Pengalaman Responden | 49 |
| 4.3.1 Pengalaman Responden menurut Intensitas Kunjungan..... | 49 |
| 4.3.2 Pengalaman Responden menurut Sumber Informasi..... | 49 |

| | |
|---|----|
| 4.3.3 Pengalaman Responden menurut Sumber Waktu yang dihabiskan saat berada di Seroja Bake Bandung..... | 50 |
| 4.3.4 Pengalaman Responden menurut Transportasi yang digunakan saat datang ke Seroja Bake Bandung..... | 50 |
| 4.3.5 Pengalaman Responden menurut Biaya yang dikeluarkan saat bertransaksi di Seroja Bake Bandung..... | 51 |
| 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Meal Experience di Seroja Bake Bandung..... | 52 |
| 4.4.1 Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Food & Drink</i> | 52 |
| 4.4.2 Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Level of Service</i> | 55 |
| 4.4.3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Interior Design</i> | 56 |
| 4.4.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Atmosphere and Mood</i> | 59 |
| 4.4.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Location and Accessibility</i> | 61 |
| 4.4.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Price and Value for Money</i> | 62 |
| 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen di Seroja Bake Bandung..... | 64 |
| 4.5.1 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Spesifikasi..... | 65 |
| 4.5.2 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Persyaratan yang Memuaskan | 66 |
| 4.5.3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Harapan Konsumen..... | 68 |
| 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Ulang di Seroja Bake Bandung..... | 69 |
| 4.6.1 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Niat Transaksional | 69 |
| 4.6.2 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Niat Referensial | 71 |
| 4.6.3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Niat Prefensial..... | 72 |
| 4.6.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Niat Eksploratif..... | 74 |
| 4.7 Hasil Uji Asumsi Klasik | 75 |
| 4.7.1 Uji Normalitas | 75 |

| | |
|--|------------|
| 4.7.2 Uji Multikolinearitas | 76 |
| 4.7.3 Uji Heteroskedastisitas | 77 |
| 4.8 Hasil Uji Hipotesis..... | 78 |
| 4.8.1 Analisis Koefisien Determinasi (R^2) | 78 |
| 4.8.2 Uji F (Simultan)..... | 79 |
| 4.8.3 Uji T (Parsial) | 80 |
| 4.8.4 Uji Sobel..... | 81 |
| 4.8.5 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)..... | 83 |
| 4.9 Hasil Analisis Penelitian..... | 85 |
| 4.9.1 Analisis Mengenai <i>Meal Experience</i> | 85 |
| 4.9.2 Analisis Mengenai Kepuasan Konsumen | 88 |
| 4.9.3 Analisis Mengenai Minat Beli Ulang | 90 |
| 4.10 Pembahasan Hasil Penelitian | 91 |
| 4.10.1 Pengaruh <i>Meal Experience</i> terhadap Kepuasan Konsumen di Seroja Bake Bandung | 91 |
| 4.10.2 Pengaruh <i>Meal Experience</i> terhadap Minat Beli Ulang di Seroja Bake Bandung..... | 93 |
| 4.10.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang di Seroja Bake Bandung | 94 |
| 4.10.4 Pengaruh <i>Meal Experience</i> terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen di Seroja Bake Bandung | 95 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... | 97 |
| 5.1 Kesimpulan | 97 |
| 5.2 Saran | 98 |
| DAFTAR PUSTAKA | 100 |
| LAMPIRAN..... | 105 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Produk Domestik Bruto Industri FnB | 2 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 23 |
| Gambar 3. 1 Garis Kontinium..... | 38 |
| Gambar 4.1 Logo Seroja Bake Bandung | 44 |
| Gambar 4.2 Menu Pavlova Musim Buah | 44 |
| Gambar 4.3 Garis Kontinum <i>Food and Drink</i> | 54 |
| Gambar 4.4 Garis Kontinum <i>Level of Service</i> | 56 |
| Gambar 4.5 Garis Kontinum <i>Interior Design</i> | 58 |
| Gambar 4.6 Garis Kontinum <i>Atmosphere and Mood</i> | 60 |
| Gambar 4.7 Garis Kontinum <i>Location and Accessibility</i> | 62 |
| Gambar 4.8 Garis Kontinum <i>Price and Value for Money</i> | 64 |
| Gambar 4.9 Garis Kontinum Kesesuaian Spesifikasi | 66 |
| Gambar 4.10 Garis Kontinum Persyaratan yang Memuaskan | 67 |
| Gambar 4.11 Garis Kontinum Harapan Konsumen | 69 |
| Gambar 4.12 Garis Kontinum Niat Transaksional..... | 71 |
| Gambar 4.13 Garis Kontinum Niat Referensial..... | 72 |
| Gambar 4.14 Garis Kontinum Niat Prefensial | 73 |
| Gambar 4.15 Garis Kontinum Niat Eksploratif | 75 |
| Gambar 4.16 Uji Heterokedastisitas Model I..... | 78 |
| Gambar 4.17 Uji Heterokedastisitas Model II | 78 |
| Gambar 4.18 Diagram Jalur Model I | 83 |
| Gambar 4.19 Diagram Jalur Model II..... | 85 |
| Gambar 4.20 Garis Kontinum <i>Meal Experience</i> | 88 |
| Gambar 4.21 Garis Kontinum Kepuasan Konsumen..... | 89 |
| Gambar 4.22 Garis Kontinum Minat Beli Ulang..... | 91 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Data Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Indonesia Tahun 2018-2022 | 1 |
| Tabel 1.2 Toko Bakery (dine in) di Kota Bandung..... | 3 |
| Tabel 1.3 Google Review Seroja Bake Bandung..... | 5 |
| Tabel 1.4 Data Hasil Pra-Penelitian | 6 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 20 |
| Tabel 2.2 Indikator Variabel | 23 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel | 28 |
| Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen..... | 31 |
| Tabel 3.3 Skala Likert | 32 |
| Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas..... | 34 |
| Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reabilitas | 36 |
| Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Terkait Usia dan Jenis Kelamin | 46 |
| Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Terkait Pekerjaan dan Penghasilan | 46 |
| Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Terkait Asal Daerah | 48 |
| Tabel 4.4 Pengalaman Responden menurut Intensitas Kunjungan | 49 |
| Tabel 4.5 Pengalaman Responden menurut Sumber Informasi..... | 49 |
| Tabel 4.6 Pengalaman Responden menurut Sumber Waktu yang dihabiskan saat berada di Seroja Bake Bandung..... | 50 |
| Tabel 4.7 Pengalaman Responden menurut Transportasi yang digunakan saat datang ke Seroja Bake Bandung..... | 50 |
| Tabel 4.8 Pengalaman Responden menurut Biaya yang dikeluarkan saat bertransaksi di Seroja Bake Bandung..... | 51 |
| Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Food & Drink</i> | 52 |
| Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap <i>Level of Service</i> | 55 |
| Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Interior Design..... | 57 |
| Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap <i>Atmosphere and Mood</i> | 59 |
| Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap <i>Location and Accessibility</i> | 61 |
| Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap <i>Price and Value for Money</i> | 63 |
| Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Spesifikasi | 65 |
| Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Persyaratan yang Memuaskan | 66 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Harapan Konsumen | 68 |
| Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Niat Transaksional..... | 70 |
| Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Niat Referensial | 71 |
| Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Niat Prefensial | 72 |
| Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Niat Eksploratif | 74 |
| Tabel 4.22 Uji Normalitas Model I..... | 75 |
| Tabel 4.23 Uji Normalitas Model II..... | 76 |
| Tabel 4.24 Uji Multikolinearitas Model I | 76 |
| Tabel 4.25 Uji Multikolinearitas Model II..... | 77 |
| Tabel 4.26 Koefisien Determinasi Model I..... | 78 |
| Tabel 4.27 Koefisien Determinasi Model II | 79 |
| Tabel 4.28 Uji F Model I..... | 79 |
| Tabel 4.29 Uji F Model II | 80 |
| Tabel 4.30 Hasil Uji T Model I..... | 80 |
| Tabel 4.31 Hasil Uji T Model II | 81 |
| Tabel 4.32 Hasil Uji Regresi Analisis Jalur Model I..... | 83 |
| Tabel 4.33 Hasil Uji Regresi Analisis Jalur Model II..... | 83 |
| Tabel 4.34 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Meal Experience</i> | 85 |
| Tabel 4.35 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen | 88 |
| Tabel 4.36 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Ulang | 90 |

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Cindy., et al. (2018). Meal Experience Terhadap Minat Beli Ulang Di Magal Korean BBQ Surabaya. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Anwar, G., & Abd Zebari, B. (2015). The Relationship between Employee Engagement and Corporate Social Responsibility: A Case Study of Car Dealership in Erbil, Kurdistan. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 2(2), 45.
- Atiqah, Nurul. (2020). Aktivitas Magang Sebagai Pastry Cook Di The Residence Bintan. Project Report. Universitas Internasional Batam.
- Bayad, Jamal Ali., Bayar,G., Baban, J., Shahla, A., Nechirwan, B., Pshdar, A., Hassan, M., Bawan, Y., Sarhang, S., Govand, A. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*, Vol-5, Issue-3, 14-28.
- Cahyadi, R & Gunawijaya. (2009). Pariwisata Pusaka: Masa Depan Bagi Kita, Alam dan Warisan Budaya Bersama. UNESCO Office, Jakarta.
- Cousins, J.,Foskett,D.,& Gillespie, C. (2002). Food and beverage management (2nded.). Butterworth Heinemann.
- Cronin, Joseph Jr., & Steven A. Taylor. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, Vol 56.
- Darius, Steven dan Monika K. (2019) Pengaruh Meal Experience Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Smack Burger Surabaya. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Davis, B., et al. (2008). Food and beverage management (4th ed.). Butterworth Heinemann.
- Davis, B., Lockwood, A., Pantelidis, I.S., & Alcott, P. (2018). Food and Beverage Management (6th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315563374>
- Enis, Ben M. (1974). Marketing Principles : The Management Process. California: Goodyear.
- Ferdinand, A. (2014). Metodologi pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen (Edisi 5). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Vika Febria Dwi Lestari, 2023

PENGARUH MEAL EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN DI SEROJA BAKE BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Fraikue, Frances & Barbara Osman. (2014). *Meal Experience And Post-Purchase Behavioural Intentions Of Customers Of Grade Three Restaurant Within Sekondi-Takoradi*. Ghana: University of Cape Coast.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Gudono. (2015). *Analisis Data Multivariat*. BPFE. Yogyakarta.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., dan Cambourne, B. (2003). *Food Tourism Around the World: Development, Management, and Markets*, Butterworth-Heinemann, Oxford. 373pp, ISBN 0750 65466 X - reprinted 2004 - Indian edition, Heinemann-Elsevier, 2006 - Routledge edition 2012
- Hanefors, M., & Mossberg, L. (2003). Searching For the Extraordinary Meal Experience. *Journal of Business and Management*, Vol. 9, pp. 249–270.
- Hapsari, Aulia Putri. (2022). Skripsi. Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Par's Life Café Kota Bandar Lampung). Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Hartono, Jogyanto. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis Edisi 6*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hasan, Ali. (2018). *Marketing dan Kasus- Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hatane, Semuel. (2007). Pengaruh Stimulus Media Iklan, Uang Saku, Usia dan Gender terhadap prilaku pembelian Impulsif (Studi Kasus Produk Wisata), *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Universitas Kristen Petra.
- Henuk, Y,G., Gilbert A,A., & Monika K. (2021). Meal Experience di Restoran All You Can Eat Surabaya di Era Adaptasi Kebiasaan Baru dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* Vol 9, No.1 Tahun 2021.

- Ismayanti. (2010). Pengantar Pariwisata. Jakarta: PT Gramedia Widisarana Indonesia.
- Kline, R. B. (2015). Principles and Practice of Structural Equation Modeling, Fourth Edition. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=Q61ECgAAQBAJ>.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (1999). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Delapan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, Kevin L. (2016). Marketing Management, 15th Edition New Jersey. Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotschevar, L.H. & Withrow, D. (2008). Management by menu. 4th Edition. United States of America: John Wiley & Sons.
- Kraus, Ulrike & Ruth Mader. (2004). The World of Bread: History-Ingredients-Recipes. Feierabend Verlag.
- Marcellino, L., Lena Ellitan., dan Ninuk Muljani. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Repurchase Intention Dimediasi Oleh Customer Satisfaction Pada Restoran X Surabaya. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA) Vol. 10 No. 1 Tahun 2021.
- Matondang, Zulkifli. (2009). Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian. Jurnal Tabularsa PPS UNIMED: Vol 6, (1). 87-97.
- Michael, M., Dio AS., Adriana A., Monika K. (2015). Pengaruh Meal Experience Terhadap Kepuasan Konsumendi Domicile Kitchen and Lounge Surabaya. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Muijs, Daniel. (2004). Doing Quantitative Research in Education with SPSS (1 ed.). London: SAGE Publications Ltd.
- Mulyati, Prastiti L, & Nurlaila A. (2021). Influence Customer Meal Experience to Behavior Intention in Hotel Restaurant. Proceedings of the 1st International Conference on Education, Humanities, Health and Agriculture, ICEHHA 2021.
- Nawawi, H. Hadari. (1983). Metode Penelitian Deskriptif. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

- Nio, Stefani Wijaya., Derry W., & Agustinus N. (2013). Analisa Persepsi Atas Five Aspect Meal Model dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Folks Coffee And Tea. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Nugroho, Dwi Mulyono. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel. *Jurnal OE* vol. 7 no.2 Juli 2015.
- Razak, Mashur. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makasar: Alaudin University Press.
- Riduwan. (2004). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Schultz, William J. (1961). *Outline of marketing*. New Jersey: Litlefiels.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach*. John Wiley & Sons.
- Silvana, Elva. (2021). Skripsi. Pengaruh Meal Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Gastronomi Vegan Indonesia di Restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sundbo, J. (2008). *Creating experience in the experience economy*. United Kingdom: Edward Edgar Publishing Limited.
- Tjandra, Catherine., et al. (2015). *Analisa Meal Experience Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Ulang di Restoran Jepang Di Surabaya*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Tufahati, N., Barkah, C. S., Tresna, P. W., & Chan, A. (2021). *The Impact of Customer Satisfaction on Repurchase Intention (Surveys on Customer of*

- Bloomythings). *Journal of Business & Applied Management*, 14(2), 177–186.
- Utami, N. D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, harga dan Lokasi terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(5).
- U.S.Wheat Associates U.S. (1981). *Pedoman Pembuatan Roti dan Kue*. Djambatan, Jakarta.
- Yang, G. (2007). *Life cycle reliability engineering*. New Jersey: John Wiley & Sons.