

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
KUDAPAN TRADISIONAL DI KECAMATAN KARANGAMPEL
KABUPATEN INDRAMAYU**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana di
Program Studi Manajemen Industri Katering

Disusun oleh:

Nisa Septri Wijayanti

2105709

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

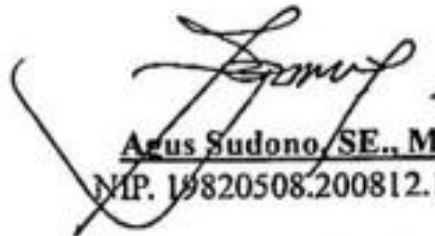
2025

LEMBAR PENGESAHAN

NISA SEPTRI WIJAYANTI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
KUDAPAN TRADISIONAL DI KECAMATAN KARANGAMPEL
KABUPATEN INDRAMAYU**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:
Pembimbing I



Agus Sudono, SE., M.M
NIP. 19820508.200812.1.002

Pembimbing II



Purna Hindayani, S.PL., M.T
NIP. 92020041.989021.2.201

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si
NIP. 19710309.2010112.2.001

LEMBAR HAK CIPTA

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KUDAPAN TRADISIONAL DI KECAMATAN KARANGAMPEL KABUPATEN INDRAMAYU

Oleh

Nisa Septri Wijayanti

NIM. 2105709

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata Program Studi Manajemen Industri Katering

© Nisa Septri Wijayanti, 2025

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2025

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin penulis.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nisa Septri Wijayanti

NIM : 2105709

Program Studi : Manajemen Industri Katering

Judul karya : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kudapan Tradisional Di Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis ini merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya menjamin bahwa seluruh isi karya ini, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan merupakan plagiarisme dari karya orang, kecuali pada bagian yang telah dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika dikemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia

Bandung, 03 Agustus 2025



Nisa Septri Wijayanti

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb. Alhamdulillahirabil'amin

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kudapan Tradisional Di Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu”. Dan sholawat serta salam semoga senatiasa terlimpah curahkan kepada Baginda Rasulullah Nabi Muhammad SAW.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mengalami berbagai hambatan dan kesulitan. Namun berkat dukungan moral dan spiritual dari keluarga, sahabat, dan rekan-rekan, serta semangat yang terus dijaga, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan dengan lancar.

Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikannya, sehingga akhirnya skripsi ini dapat dijadikan acuan tindak lanjut penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi bidang manajemen pariwisata khususnya kuliner dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Akhir kata dari penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bandung, 03 Agustus 2025

Nisa Septri Wijayanti
NIM. 2105709

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terlaksana dengan baik berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih banyak sebesar-besarnya atas segala doa, bantuan dan dukungannya kepada:

1. Prof. Dr. H. Didi Sukyadi, M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. Cecep Darmawan, S.H., S.I.P., S.A.P., S.Pd., M.Si., M.H., CPM., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
3. Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Agus Sudono, SE., M.M., selaku Dosen Pembimbing I Program Studi Manajemen Industri Katering, yang telah memberikan bimbingan, arahan dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Purna Hindayani, S.PL., M.T., selaku dosen pembimbing II Program Studi Manajemen Industri Katering, yang tidak hanya memberikan bimbingan dan arahan secara akademis, tetapi juga senantiasa bersedia mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penyusunan skripsi. Dengan penuh kesabaran dan ketulusan, memberikan semangat serta dorongan yang membuat penulis kembali percaya diri untuk melangkah dan akhirnya menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Almh. Mamah Nunun dan Alm. Papah M. Sarwo Edi yang sudah mendidik, mendukung, mendoakan, kesabarannya, cinta yang tulus dan ikhlas kepada penulis selama hidup-Nya, maaf kalau selama ini belum bisa membanggakan kalian, semoga mamah dan papah selalu diberikan kebahagiaan di sisi Allah SWT.

7. Kedua Orang Tua saya atas jasa-jasanya, kesabaran, do'a, dan tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberi cinta yang tulus dan ikhlas kepada penulis sejak kecil.
8. Saudara kandung kakak Cica Komalasari, Aa Suji Yanto, Adikku Nadia dan Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
9. Akhmad Fauzi selaku orang yang selalu memberikan dukungan, waktu, semangat kepada penulis.
10. Rekan penelitian dari MIK Anne Nuracini, Sofiatullaila, Ngadiah Safira, Nadia Rahmawati Dewi, Laras Auliya, Naira Sahira Hasna, Desi Arla Fadila atas perjuangan bersama-sama selama ini dan memberikan semangat kepada peneliti.
11. Semua rekan-rekan mahasiswa MIK angkatan 21 yang tidak dapat disebutkan Namanya satu persatu. Terimakasih atas perjuangan, dukungan, dan pertemanannya selama ini.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
13. Untuk diri saya sendiri, Nisa Septri Wijayanti. Terima kasih telah bertahan dan mau diajak berjalan sejauh ini. Terima kasih telah melewati berbagai air mata, rasa lelah, keraguan, dan ketakutan selama proses ini. Perjalanan ini bukan hanya tentang menyelesaikan skripsi, tetapi juga tentang bagaimana belajar untuk tumbuh, bangkit, dan menjadi pribadi yang lebih kuat. Terima kasih telah berani bermimpi dan terus melangkah, meskipun tak selalu mudah. Kamu hebat karena berhasil sampai di titik ini.

NISA SEPTRI WIJAYANTI, 2105709. “PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUDAPAN TRADISIONAL DI KECAMATAN KARANGAMPEL KABUPATEN INDRAMAYU.”

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen kudapan tradisional di Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu. Lokasi penelitian ini berlokasi di Kecamatan Karangampel, Kabupaten Indramayu. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dengan teknik penarikan sampel *random sampling*. Jumlah sampel yang digunakan yaitu 100 responden dengan karakteristik pernah mengetahui atau mencicipi serta berkunjung atau membeli kudapan tradisional di Kabupaten Indramayu. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner sebagai sumber data primer, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur seperti jurnal, skripsi, dan informasi dari internet. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial (uji-t) maupun simultan (uji-F) terhadap keputusan pembelian konsumen kudapan tradisional di Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah sebesar *Rsquare* 0,780, yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut mampu menjelaskan 78% variabel keputusan pembelian, sementara 22% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Konsumen Kudapan Tradisional Karangampel, Indramayu

NISA SEPTRI WIJAYANTI, 2105709. “THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, AND SERVICE QUALITY ON THE PURCHASE DECISION OF TRADITIONAL SNACKS IN KARANGAMPEL DISTRICT, INDRAMAYU REGENCY.”

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how the influence of price perception, product quality, and service quality on the purchase decision of traditional snacks in Indramayu Regency. The location of this research is located in Karangampel District, Indramayu Regency. The method used in this study is quantitative descriptive, with a random sampling sampling technique. The number of samples used was 100 respondents with the characteristics of having known or tasted and visited or bought traditional snacks in Indramayu Regency. The data collection technique used is the dissemination of questionnaires as a primary data source, while secondary data is obtained through literature studies such as journals, theses, and information from the internet. Hypothesis testing was carried out by multiple linear regression analysis. The results of this study show that the perception of price, product quality, and service quality have a positive and significant effect both partially (t-test) and simultaneously (F-test) on the decision to purchase traditional snacks in Indramayu Regency. The value of the determination coefficient (R^2) obtained was *Rsquare* 0.780, which indicates that the three independent variables were able to explain 78% of the purchase decision variables, while the remaining 22% were influenced by factors other than the variables studied.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Service Quality, Purchase Decision, Consumers of Traditional Snacks Karangampel, Indramayu

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR HAK CIPTA	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Teori	11
2.1.1 Pariwisata	11
2.1.2 Wisatawan	11
2.1.3 Keputusan Pembelian	12
2.1.4 Persepsi Harga	18
2.1.5 Kualitas Produk	20
2.1.6 Kualitas Pelayanan	21
2.1.7 UMKM	23
2.1.8 Makanan Tradisional	24
2.1.9 Kudapan	28
2.1.10 Kudapan Tradisional	29
2.2 Penelitian Terdahulu	34

2.3 Kerangka Pemikiran	40
2.4 Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Desain Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian	43
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	43
3.3.1 Objek Penelitian	43
3.3.2 Subjek Penelitian	43
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	44
3.4.1 Populasi	44
3.4.2 Sampel	44
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel	46
3.5 Operasionalisasi Variabel	46
3.6 Jenis dan Sumber Data	49
3.7 Instrumen Penelitian	49
3.8 Teknik Pengumpulan Data	50
3.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.9.1 Uji Validitas	51
3.9.2 Uji Reliabilitas	52
3.10 Teknik Analisis Data	52
3.10.1 Uji Asumsi Klasik	54
3.10.2 Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Profil Lokasi Penelitian	57
4.2 Gambaran Umum Responden	59
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	60
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	61
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	61

4.3 Hasil Tanggapan Responden	62
4.3.1 Hasil Tanggapan Responden terhadap Persepsi Harga (X1).....	62
4.3.2 Hasil Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk (X2).....	69
4.3.3 Hasil Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan (X3)	78
4.3.4 Hasil Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	87
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	96
4.4.1 Uji Normalitas	96
4.4.2 Uji Multikolinearitas	97
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	98
4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	99
4.6 Hasil Uji Hipotesis	100
4.6.1 Uji Parsial (Uji T)	100
4.6.2 Uji Simultan (Uji F)	101
4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	102
4.8 Pembahasan	103
4.8.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kudapan Tradisional di Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu..	103
4.8.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kudapan Tradisional di Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu	104
4.8.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kudapan Tradisional di Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu.....	106
4.8.4 Seberapa Besar Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kudapan Tradisional di Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	119

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik Di Indramayu Tahun 2021-2023.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Operasional Variabel	47
Tabel 3.2 Skala Likert	49
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.1 Kudapan Tradisional Di Kec. Karangampel, Kab. Indramayu	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	61
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	61
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Keterjangkauan Harga	62
Tabel 4.8 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Keterjangkauan Harga	63
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Daya Saing	64
Tabel 4.10 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Daya Saing	65
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk.....	66
Tabel 4.12 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk.....	67
Tabel 4.13 Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk.....	68
Tabel 4.14 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk	69
Tabel 4.15 Tanggapan Responden terhadap Produk Bebas dari Cacat	70
Tabel 4.16 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Produk Bebas dari Cacat	71
Tabel 4.17 Tanggapan Responden terhadap Desain Produk	71

Tabel 4.18 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Desain Produk	72
Tabel 4.19 Tanggapan Responden terhadap Ragam Pilihan Warna	73
Tabel 4.20 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Ragam Pilihan Warna	74
Tabel 4.21 Tanggapan Responden terhadap Daya Tahan	75
Tabel 4.22 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Daya Tahan	76
Tabel 4.23 Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Produk dengan Kebutuhan Konsumen	76
Tabel 4.24 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Produk dengan Kebutuhan Konsumen	78
Tabel 4.25 Tanggapan Responden terhadap Bukti Fisik	79
Tabel 4.26 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Bukti Fisik	80
Tabel 4.27 Tanggapan Responden terhadap Keandalan	80
Tabel 4.28 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Keandalan	81
Tabel 4.29 Tanggapan Responden terhadap Daya Tangkap	82
Tabel 4.30 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Daya Tangkap	83
Tabel 4.31 Tanggapan Responden terhadap Jaminan	84
Tabel 4.32 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Jaminan	85
Tabel 4.33 Tanggapan Responden terhadap Empati	86
Tabel 4.34 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Empati	87
Tabel 4.35 Tanggapan Responden terhadap Produk Mereka	88
Tabel 4.36 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Produk Mereka	89
Tabel 4.37 Tanggapan Responden terhadap Keinginan dan Kebutuhan	89
Tabel 4.38 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Keinginan dan Kebutuhan	91
Tabel 4.39 Tanggapan Responden terhadap Rekomendasi dari Lainnya	91
Tabel 4.40 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Rekomendasi dari Lainnya	92
Tabel 4.41 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Baik	93
Tabel 4.42 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kualitas Baik	94
Tabel 4.43 Tanggapan Responden terhadap Harga Terjangkau	95

Tabel 4.44 Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Harga Terjangkau...	96
Tabel 4.45 Hasil Uji Normalitas	97
Tabel 4.46 Hasil Uji Multikolinearitas	97
Tabel 4.47 Hasil Uji Heteroskedastisitas	98
Tabel 4.48 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	99
Tabel 4.49 Hasil Uji T	100
Tabel 4.50 Hasil Uji F	102
Tabel 4.51 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	102

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Pembimbing	119
Lampiran 2. Lembar Bimbingan	122
Lampiran 3. Instrumen Penelitian	123
Lampiran 4. Surat Izin Penelitian	127
Lampiran 5. Hasil Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas	128
Lampiran 6. Identitas Responden	132
Lampiran 7. Hasil Tanggapan Responden	133
Lampiran 8. Penyebaran Kuesioner Online	134
Lampiran 9. Pemilik UMKM Dodol Ma'un	135
Lampiran 10. Riwayat Hidup	136

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	40
-------------------------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, W. A. (2016). *Studi Potensi Wisata Kuliner Di Kabupaten Indramayu Provinsi Jawa Barat*. Yogyakarta: Lumbung Pustaka Universitas Negeri Yogyakarta. Retrieved from <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/43031>
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alwanis, A. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Pada Todays Doughnut Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan*. bandung: repository upi. Retrieved from <http://repository.upi.edu/id/eprint/29329>
- Andarwati, M. (2016). Revitalisasi Makanan Tradisional sebagai Warisan Budaya. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 2(1), 22–30.
- Arifiansyah, N. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Al-Buraq Cafe. *Jurnal Panorama Nusantara*, 17(1), 1-12. Retrieved from <https://erepository.stein.ac.id/index.php/panorama/article/view/1944>
- Arjana, I. (2016). *Geografi pariwisata dan ekonomi kreatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Armstrong, P. T. (2018). *Principles of Marketing* (17 ed.). Harlow, England: Pearson.
- Arraniri, D. H. (2021). *Experiential Marketing dan Kualitas Produk dalam kepuasan pelanggan generasi milenial*. Penerbit Insania. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/356025350_Experiential_Marketing_dan_Kualitas_Produk_dalam_kepuasan_pelanggan_generasi_milenial
- Barat, B. B. (2021). *Kudapan*. Retrieved from Balai Bahasa Provinsi Jawa Barat: <https://balaibahasajabar.kemdikbud.go.id/kudapan/>
- Bruri Manengal, J. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Ando Tombatu. *Productivity*, 2(1), 42–46. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v2/index.php/productivity/article/view/32285>
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5 ed.). Thousand Oaks, California: SAGE Publications.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. DKI Jakarta: Guepedia. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=acpLEAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id>

- Dika Setiagraha, Z. W. (2021). pengaruh word of mouth, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pempek produk kuliner lokal di kota Palembang. *international Journal of Social Sciences*, 4(1), 52-59. doi:<https://doi.org/10.31295/ijss.v4n1.1125>
- Dzikra, F. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Ud. Sari Motor Di Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic And Business Review*, 11(03), 262-267. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/347159523_pengaruh_kualitas_pelayanan_terhadap_kepuasan_konsumen_pada_bengkel_mobil_ud_sari_motor_di_pekanbaru
- Fandy Tjiptono, P. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fauzi, A. (2019). *Nilai Budaya dalam Makanan Tradisional Indonesia*. Jakarta: Pustaka Adi.
- Francis, T. D. (2018). *Manajemen pemasaran*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grace Mandasari, S. &. (2015). pengaruh Citra Merek Internasional dan Kualits Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survey terhadap pembeli pakaian merek Zara di Galaxy Mall Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 24(1), 1-5. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/86024-ID-pengaruh-citra-merek-internasional-dan-k.pdf>
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. Retrieved from <https://e-journal.unimaju.ac.id/index.php/GJIEP/article/view/48>
- Hartono, R. (2020). *Peran Makanan Tradisional dalam Pelestarian Budaya Indonesia*. Jakarta: Penerbit Nusantara.
- Haryadi, R. P. (2017). pengaruh persepsi harga dan kualits produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen di mini market Indomaret di wilayah Kelurahan Rorotan Cilincing Jakarta Utara. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1), 55-79. doi:<http://dx.doi.org/10.30813/jbam.v10i1.870>
- Hichmaed, A. R. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 1-11. doi:<https://doi.org/10.53695/jim.v2i1.851>
- I Gusti Ngurah Wahyu Cahyadi, N. W. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan Fotaqua Di Badung Bali. *Journal Unmas (VALUES)*, 1(4), 152-

159. Retrieved from <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/1444/1234>
- Indonesia, G. o. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Informatika, D. K. (2024). *sekilas indramayu*. Retrieved from portal pemerintahan kabupaten indramayu: <https://indramayukab.go.id/>
- Jogi, T. (2022). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Jakarta Pusat*. Jakarta: repository UNAS. Retrieved from <http://repository.unas.ac.id/id/eprint/6131>
- Kartika, E. &. (2020). *Makanan Tradisional dan Pemberdayaan Ekonomi Lokal*. Yogyakarta: Gama Press.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Keller, K. P. (2016). *Marketing Management (15 th ed)* (15 ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Khasanah, M. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eden Internasional Daily Food, Semarang. *Diponogoro Jurnal Of Management*, 11(2), 1-9. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/33954/26929>
- Kotler, P. &. (2016). *Principles of Marketing (16th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kreatif, K. P. (2021). *Laporan Tahunan Ekonomi Kreatif Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Latief, I. Z. (2022). Analisis proses pengambilan keputusan konsumen e-commerce Shopee di lingkungan RT08/RW10 Sriamur Bekasi. *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 324–333. doi:<https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.674>
- Maharani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *Jurnal Managemen*, 2(1), 10-22. doi:<http://dx.doi.org/10.51804/iej.v2i1.548>
- Maskur, A. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *Jurnal Of Management & Business*, 5(1), 156-167. doi:<https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1902>

- McCabe, D. S. (2009). *Who is a Tourist? Conceptual and Theoretical Developments*", dalam J. Tribe (Ed.), *Philosophical Issues in Tourism: Truth, Beauty and Virtue*. Clevedon, UK: Channel View Publications.
- Muslikh, T. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian: Peran Mediasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 54-65. doi:<http://dx.doi.org/10.12928/fokus.v12i1.5802>
- Nabila Pratiwi, N. &. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy) dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JEE (Jurnal Edukasi Ekobis)*, 6(9). Retrieved from <https://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/JEE/article/view/17275/pdf>
- Nadimin, T. D. (2021). Mutu gizi aneka kudapan Cokibus. *Jurnal Kesehatan Manarang*, 7(2), 125–130. doi:<https://doi.org/10.33490/jkm.v7i2.496>
- Novia Ari Sandra, N. W. (2023). pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Konsumen yang di Mediasi Oleh Minat Beli. *Widya Manajemen*, 5(2), 147-158. doi:<https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v5i2>
- Novia Clarita, J. K. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di CFC Grande Karawaci. *AKSIOMA : Jurnal Manajemen*, 2(1), 37-53. Retrieved from <https://journal.unwira.ac.id/index.php/aksioma/article/download/2081/641>
- Paludi, I. W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Delima Restoran. *Journal Of Social Science Research*, 3(3), 4864-4879. Retrieved from <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Pratiwi, V. A. (2024). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Ini Baru Steak Boyolali. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 2(4), 422-436. doi:<https://doi.org/10.30640/trending.v2i4.3217>
- Prawoto, T. J. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Konnichiwa. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 370-377. Retrieved from <https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view/2176>
- Prayogo, R. R. (2018). Pengembangan Strategi Pemasaran Pariwisata Dalam Meningkatkan Wisatawan Di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2), 1-7.
- Rahman, A. (2020). *Strategi dahsyat marketing mix for small business: Cara jitu merontokkan pesaing*. Jakarta: TransMedia.
- RI, D. K. (2009). *Direktori Makanan Tradisional Indonesia*. Jakarta : Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.

- Rudy Azhar Setiawan, A. D. (2023). pengaruh persepsi harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian online pada Erigo Official Shop Shopee.co.id di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Doktor Manajemen*, 6(2), 188-203. Retrieved from <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/jdm/article/download/21900/pdf>
- Saparinto, A. (2020). Gastronomi dan Pengembangan Ekonomi Lokal: Studi Kasus pada Produk Kuliner Tradisional. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Budaya*, 5(2), 112–125.
- Sardi Mahdalena, M. N. (2021). Klaim kandungan zat gizi pada berbagai kudapan (snack) tinggi serat: Literature review. *Jurnal Andaliman: Jurnal Gizi Pangan, Klinik dan Masyarakat*, 1(1), 39-45. doi:<https://doi.org/10.24114/jgpkm.v1i1.24924>
- Sari, D. (2017). *Pelestarian Makanan Tradisional di Era Modern*. Yogyakarta: Media Kultura.
- Sari, W. M. (2021). Studi gastronomi dan potensi wisata kuliner di Indramayu. *Jurnal Pariwisata*, 8(2), 45-60.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. doi:<https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Setiawan, A. M. (2024). Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lawson Pamulang. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(2), 1684-1696. Retrieved from <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/download/40771/19259/92037>
- Silalahi, R. A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap tingkat penjualan mobil Toyota Yaris di wilayah Batam. *Jurnal Bening*, 7(1), 43–52. doi:<https://doi.org/10.33373/bening.v7i1.2380>
- Society, I. T. (2024). *Tourism as a Multidimensional Phenomenon*.
- Sri Rejekina Br Ginting, C. P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di PLN ULP Blangkejeren. *jurnal Akutansi dan Ekonomi Bisnis*, 13(01), 52-59. doi:<http://dx.doi.org/10.33795/jaeb.v13i01.5226>
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58. doi:10.30606/cano.v6i1.627
- Sugiana, A. G. (2011). *Ecotourism: Pengembangan Pariwisata Berbasis Konservasi Alam*. Bandung: Guardaya Intimarta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (17 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Suharto, B. (2015). *Makanan Tradisional dan Identitas Budaya*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Surono, I. D. (2022). Pengaruh Kualitsa Produk, Perspsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Cheese Chicken Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 831-839. doi:<https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.809>
- Suryani. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas: Studi kasus pada nasabah Bank BNI 46 Cabang UIN Syarif Hidayatullah Ciputat*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Sains dan Teknologi. Retrieved from <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/27776>
- Sutopo, F. A. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan dan Persepsi Harga terhadap Citra Restoran dan Minat Beli Ulang Pelanggan Holycow Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1-11. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13439/12995>
- Taroreh, J. G. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 1803–1813. doi:<https://doi.org/10.35794/emba.2.3.2014.5973>
- Tourism, U. (2013). *Sustainable Tourism for Development Guidebook*. Madrid, Spanyol: World Tourism Organization & European Commission. doi:<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284415496>
- UNESCO. (2019). *Creativity and Culture for Sustainable Development*. Paris: UNESCO Publishing.
- Vitaharsa, N. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Kenangan Sudirman. *Jurnal Of economics, Business dan Management*, 1(2), 273-284. doi:<https://doi.org/10.47134/jebmi.v1i4.363>
- Wahyudi, A. (2017). *Etnografi Kuliner: Makanan Tradisional sebagai Cerminan Kehidupan Masyarakat Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Wahyudi, A. (2018). *Kuliner Tradisional Indonesia: Ragam dan Keunikannya*. Surabaya: Graha Ilmu.
- Wibowo, N. N. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 28-35. doi:<https://doi.org/10.51804/econ12.v4i1.919>
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen kualitas jasa*. Jakarta: Indeks.
- Wirasaputra, B. K. (2024). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT. Multi Usaha Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, dan Pajak (JIEAP)*, 1(2), 232-244. doi:<https://doi.org/10.61132/jieap.v1i2.152>
- Yuniati, P. &. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Imitasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-18.
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on OPPO Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(1), 472–481. doi:<https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1629>
- Zahra, S. R. (2024). Pengaruh Brand Image, Cita Rasa, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue di Kota Medan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(2), 339-347. doi:<http://dx.doi.org/10.51622/jbm.v2i2.2512>