

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WARUNG NASI
SAUNG PENGKOLAN 3**

SKRIPSI

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



oleh
Yuni Wijayanti
1500244

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

2019

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI WARUNG NASI SAUNG PENGKOLAN 3**

Oleh
Yuni Wijayanti

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Yuni Wijayanti 2019
Universitas Pendidikan Indonesia
Mei 2019

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan
Pembelian di Warung Nasi Saung Pengkolan 3**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I

Pembimbing II



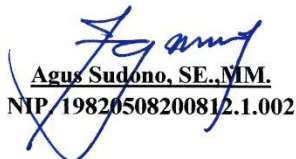
Agus Sudono, SE.,MM.
NIP. 19820508200812.1.002



Oman Sukirman, SE.,MM.
NIP. 197602192015041.1.001

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Manajemen Industri Katering



Agus Sudono, SE.,MM.
NIP. 19820508200812.1.002

Tanggung Jawab Yuridis

Ada Pada Penulis



Yuni Wijayanti
NIM. 1500244

ABSTRAK

Yuni Wijayanti, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Nasi Saung Pengkolan 3. Dibimbing oleh Agus Sudono, SE.,MM. Dan Oman Sukirman, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Nasi Saung Pengkolan 3. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan verifikatif. Sampel yang digunakan dari populasi adalah sebanyak 100 responden dengan menyebarkan kuesioner yang dibagikan kepada konsumen yang sedang mengunjungi Warung Nasi Saung Pengkolan 3. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, analisis korelasi, analisis koefisien determinasi, uji f dan uji t dengan bantuan *Microsoft Excel 2013* dan *Software IBM (SPSS) statistic versi 23.0 for windows*. Hasil dari penelitian ini diperoleh data bahwa bauran pemasaran memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Nasi Saung Pengkolan 3. *Price, Promotion dan Physical Evidence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Warung Nasi Saung Pengkolan 3. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan teori manajemen terbaru agar sesuai dengan perkembangan zaman dan sesuai dengan kondisi yang terjadi dan diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan sampel yang lebih banyak agar mewakili populasi dan hasilnya lebih spesifik.

Kata Kunci :Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Yuni Wijayanti, The Influence of Marketing Mix Towards Purchase Decision at Warung Nasi Saung Pengkolan 3. Supervised by Agus Sudono, SE.,MM. And Oman Sukirman, SE.,MM.

This study aims to determine how much Marketing Mix Influence Purchase Decision at Warung Nasi Saung Pengkolan 3. The Research used descriptive and verification method. Sample of population is 100 respondents were distribute to consumers who were visiting Warung Nasi Saung Pengkolan 3. The analytical method used multiple linear regression analysis, correlation analysis, coefficient analysis, coefficient of determination analysis, f test and t test with helped by Microsoft Excel 2013 and IBM Software (SPSS) version 23.0 for windows statistics. Result from this study is overall marketing mix has a strong and positive influence on purchasing decision and in separate, Price, Promotion and Physical Evidence has a positive and significant impact on purchasing decisions. Future research is expected to use the latest management theory to suit the development of the times and in accordance with the conditions that occur and epected further research using more samples to represent the population and the result are more specific.

Keywords: Marketing Mix, Purchase Decision

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| LEMBAR PERNYATAAN | i |
| ABSTRAK | ii |
| ABSTRACT | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| UCAPAN TERIMA KASIH | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II TINJAUAN TEORI | 8 |
| 2.1. Pariwisata..... | 8 |
| 2.1.1 Definisi Pariwisata | 8 |
| 2.1.2 Sektor Industri Pariwisata | 8 |
| 2.1.3 Gastronomi..... | 10 |
| 2.2. Restoran | 12 |
| 2.2.1 Pengertian Restoran..... | 12 |
| 2.2.2 <i>Speciality Restaurant</i> | 13 |
| 2.2.3 Restoran Sunda..... | 14 |
| 2.2.4 Makanan Tradisional Sunda..... | 15 |
| 2.3. Pemasaran | 18 |
| 2.3.1 Pengertian Pemasaran | 18 |
| 2.3.2 Bauran Pemasaran | 18 |
| 2.4. Keputusan Pembelian..... | 23 |
| 2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian..... | 23 |
| 2.4.2 Faktor Pengaruh Keputusan Pembelian | 24 |
| 2.4.3 Dimensi Keputusan Pembelian | 25 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.4.4 | Proses Keputusan Pembelian | 26 |
| 2.5. | Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian | 28 |
| 2.6. | Penelitian Terdahulu | 29 |
| 2.7. | Kerangka Pemikiran..... | 29 |
| 2.8. | Hipotesis | 30 |
| BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN..... | | 31 |
| 3.1. | Objek dan Subjek Penelitian | 32 |
| 3.2. | Metode Penelitian dan Jenis Penelitian..... | 32 |
| 3.3. | Operasional Variabel..... | 33 |
| 3.4. | Populasi dan Sampel | 35 |
| 3.4.1 | Populasi | 35 |
| 3.4.2 | Teknik Sampling | 35 |
| 3.4.3 | Sampel..... | 37 |
| 3.5. | Teknik Pengumpulan Data..... | 37 |
| 3.6. | Jenis dan Sumber Data..... | 38 |
| 3.7. | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 39 |
| 3.7.1 | Uji Validitas | 39 |
| 3.7.2 | Uji Reliabilitas | 44 |
| 3.8. | Teknik Analisis Data dan Hipotesis..... | 45 |
| 3.8.1 | Analisis Deskriptif | 46 |
| 3.8.2 | Analisis Verifikatif..... | 47 |
| 3.8.2.1 | Analisis Regresi Linear Berganda..... | 47 |
| 3.8.2.2 | Analisis Korelasi | 48 |
| 3.8.2.3 | Koefisien Determinasi..... | 49 |
| 3.8.3 | Pengujian Hipotesis | 50 |
| 3.8.3.1 | Uji F (Uji Keberartian Regresi)..... | 50 |
| 3.8.3.2 | Uji T (Uji Keberartian Korelasi) | 51 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 52 |
| 4.1. | Gambaran Umum Objek Penelitian | 52 |
| 4.1.1. | Visi dan Misi Perusahaan | 56 |
| 4.1.2. | Fasilitas Perusahaan..... | 56 |
| 4.1.3. | Struktur Organisasi Perusahaan..... | 57 |

| | |
|---|----|
| 4.2. Analisis Deskriptif | 58 |
| 4.2.1. Gambaran Umum Responden..... | 58 |
| 4.2.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 58 |
| 4.2.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 59 |
| 4.2.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan | 60 |
| 4.2.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 62 |
| 4.2.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan | 63 |
| 4.2.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal..... | 64 |
| 4.2.1.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman..... | 65 |
| 4.2.2. Gambaran Umum Variabel Penelitian..... | 69 |
| 4.2.2.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Bauran Pemasaran.... | 69 |
| 4.2.2.1.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Product</i> | 69 |
| 4.2.2.1.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Price</i> | 72 |
| 4.2.2.1.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Place</i> | 74 |
| 4.2.2.1.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Promotion</i> | 76 |
| 4.2.2.1.5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>People</i> | 78 |
| 4.2.2.1.6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Physical</i> <i>Evidence</i> | 80 |
| 4.2.2.1.7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Process</i> | 82 |
| 4.2.2.2. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Bauran Pemasaran | 84 |
| 4.2.2.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian | 85 |
| 4.2.2.4. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian | 87 |
| 4.3. Analisis Verifikatif..... | 89 |
| 4.3.1. Analisis Linear Berganda | 89 |
| 4.3.2. Analisis Korelasi | 91 |
| 4.3.3. Koefisien Determinasi | 92 |
| 4.4. Uji Hipotesis | 93 |
| 4.4.1. Uji F (Uji Keberartian Regresi)..... | 93 |
| 4.4.2. Uji T (Uji Kebertartian Korelasi) | 94 |

| | |
|---|-----------|
| 4.5. Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Nasi Saung Pengkolan 3..... | 97 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 98 |
| 5.1 Kesimpulan | 98 |
| 5.2 Saran | 98 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 1.1 | Data Distribusi Pendapatan Pariwisata Tahun 2014-2016..... | 1 |
| Tabel 1.2 | Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik Tingkat Nasional Indonesia Tahun 2011-2016..... | 2 |
| Tabel 1.3 | Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik Tingkat Jawa Barat Tahun 2012-2016..... | 3 |
| Tabel 1.4 | Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik Kota Bandung Tahun 2011-2016 | 3 |
| Tabel 2.1 | Penelitian Terdahulu | 29 |
| Tabel 3.1 | Operasional Variabel..... | 33 |
| Tabel 3.2 | Data Pengunjung Warung Nasi Saung Pengkolan 3 | 36 |
| Tabel 3.3 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product</i> (X_1) | 40 |
| Tabel 3.4 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price</i> (X_2)..... | 40 |
| Tabel 3.5 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Place</i> (X_3) | 40 |
| Tabel 3.6 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Promotion</i> (X_4) | 41 |
| Tabel 3.7 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>People</i> (X_5) | 41 |
| Tabel 3.8 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Physical Evidence</i> (X_6)..... | 42 |
| Tabel 3.9 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Process</i> (X_7)..... | 42 |
| Tabel 3.10 | Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian | 43 |
| Tabel 3.11 | Tingkat Keandalan Cronbach's Alpha | 44 |
| Tabel 3.12 | Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian..... | 45 |
| Tabel 3.13 | Kriteria Penafsiran Jawaban Responden | 47 |
| Tabel 3.14 | Interpretasi Koefisien Korelasi..... | 49 |
| Tabel 3.15 | Interpretasi Terhadap Koefisien Determinasi | 50 |
| Tabel 4.1 | Daftar Menu Warung Nasi Saung Pengkolan 3 | 54 |
| Tabel 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 58 |
| Tabel 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 59 |
| Tabel 4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan | 61 |
| Tabel 4.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 62 |
| Tabel 4.6 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 63 |

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 4.7 | Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal..... | 64 |
| Tabel 4.8 | Tanggapan Mengenai Informasi Saung Pengkolan 3..... | 66 |
| Tabel 4.9 | Tanggapan Mengenai Frekuensi Pembelian | 66 |
| Tabel 4.10 | Tanggapan Mengenai Transportasi yang digunakan..... | 67 |
| Tabel 4.11 | Tanggapan Mengenai Jumlah Responden yang Datang | 67 |
| Tabel 4.12 | Tanggapan Mengenai Durasi Berkunjung..... | 68 |
| Tabel 4.13 | Tanggapan Mengenai Biaya yang Dikeluarkan | 68 |
| Tabel 4.14 | Tanggapan Mengenai Alasan Melakukan Pembelian | 69 |
| Tabel 4.15 | Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Product</i> | 70 |
| Tabel 4.16 | Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Price</i> | 72 |
| Tabel 4.17 | Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Place</i> | 74 |
| Tabel 4.18 | Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Promotion</i> | 76 |
| Tabel 4.19 | Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>People</i> | 78 |
| Tabel 4.20 | Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Physical Evidence</i> | 80 |
| Tabel 4.21 | Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Process</i> | 82 |
| Tabel 4.22 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Bauran Pemasaran | 84 |
| Tabel 4.23 | Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian.... | 86 |
| Tabel 4.24 | Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian | 87 |
| Tabel 4.25 | Analisi Regresi Linear Berganda | 89 |
| Tabel 4.26 | Analisi Korelasi..... | 91 |
| Tabel 4.27 | Interpretasi Koefisien Korelasi..... | 92 |
| Tabel 4.28 | Hasil Analisis Koefisien Determinasi | 92 |
| Tabel 4.29 | Hasil Uji F | 93 |
| Tabel 4.30 | Hasil Uji T..... | 94 |
| Tabel 4.31 | Rekapitulasi Hasil Uji T | 95 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Penjualan Warung Nasi Saung Pengkolan 3 | 5 |
| Gambar 2.1 Konsep Gastronomi..... | 11 |
| Gambar 2.2 Badak Heuay | 14 |
| Gambar 2.3 Tagog Anjing..... | 14 |
| Gambar 2.4 Capit Gunting | 14 |
| Gambar 2.5 Julang Ngapak | 14 |
| Gambar 2.6 Service Marketing Valerie Zeithaml & Mary Jo Bitner..... | 19 |
| Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran..... | 30 |
| Gambar 3.1 Hubungan Variabel Independen - Dependen | 32 |
| Gambar 4.1 Logo Warung Nasi Saung Pengkolan 3 | 53 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi Warung Nasi Saung Pengkolan 3..... | 57 |
| Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 59 |
| Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 60 |
| Gambar 4.5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan | 61 |
| Gambar 4.6 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 62 |
| Gambar 4.7 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 64 |
| Gambar 4.8 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal..... | 65 |
| Gambar 4.9 Garis Kontinum Variabel <i>Product</i> | 71 |
| Gambar 4.10 Garis Kontinum Variabel <i>Price</i> | 73 |
| Gambar 4.11 Garis Kontinum Variabel <i>Place</i> | 75 |
| Gambar 4.12 Garis Kontinum Variabel <i>Promotion</i> | 77 |
| Gambar 4.13 Garis Kontinum Variabel <i>People</i> | 79 |
| Gambar 4.14 Garis Kontinum Variabel <i>Physical Evidenvce</i> | 81 |
| Gambar 4.15 Garis Kontinum Variabel <i>Process</i> | 83 |
| Gambar 4.16 Garis Kontinum Variabel Bauran Pemasaran | 85 |
| Gambar 4.17 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian | 88 |

DAFTAR PUSTAKA

- Abd, Rachman Arief. (2005). Pengantar Ilmu Perhotelan dan Restoran. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Alma, B. (2009). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. (2013). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya
- Astuti, N. L. (2011). Tesis Program Pascasarjana Universitas Udayana. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Terhadap Produk Freestanding Restaurant di Kawasan Pariwisata Nusa Dua Kabupaten Badung
- Badan Pusat Statistika Kota Bandung. (2016, Oktober Senin). Badan Pusat Statistika Kota Bandung. Diambil Kembali dari Badan Pusat Statistika Kota Bandung: <https://bandungkota.bps.go.id>
- Bagus, D. (2009). Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Suatu Produk. Jurnal Manajemen, Bahan Kuliah Menejemen, 6.
- Bagyono. (2012). Pariwisata dan Perhotelan. Bandung: Alfabeta
- Barrows, Reynold. (2011). Introduction to Management in the Hospitality Industry (10th ed.)
- Buchari, A. (2012). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta
- Creswell, John W. (2012). Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ekadjati, E.S. (2005). Kebudayaan Sunda (2nd ed.). Bandung: PT Dunia Pustaka Jaya
- Fajar, L. (2018). Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Fandy, T. (2008). Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: Andi

- Fathoni, A. (2011). *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya
- Ghanitama, Fifyanita. (2012). *Analisis Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Artikel Ilmiah
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Hall & Sharples. (2014). *Culinay Tourism*. Retreved January 25, 2019, from <http://www.digilib.petra.ac.id>
- Harahap, Dedy Ansari. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (Pajus) Medan*, 3
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Marketing Management*. Edisi 14. New Jersey: Pearson Education
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. Edisi 15: Pearson Education
- Lovelock, C. (2010). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga
- Marsum. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi Offset
- Narimawati. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Nazir, Moh. (2011). *Metode Penelitian*. Cetakan 6. Bogor. Penerbit Ghalia Indonesia
- Neoloka, Amos. 2016. *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group

- Oktaviani, Shella. (2018). Analisis Menu Engineering Pada Menu A'la Carte Di Grand Pasundan Convention Hotel Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Suggestive Selling. Skripsi
- Pitana, I.G. (2009). Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi
- Raharjani, J. (2005). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja . Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, 3
- Ririn, R. (2011). Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa. Bogor: Ghalia Indonesia
- Rosita, Dian. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian di Rumah Makan Daun Pisang Bandung. Skripsi
- Setiadi, N. J. (2015). Perilaku Konsumen:. Jakarta: Prenadamedia Group
- Sugiyono. (2008). Metodologi Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2009). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta
- Sukotjo, H., & Radix, S. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Product, Price, Promotiom, Place, Partisipant, Process dan Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis, 217
- Sutopo, Yeri dan Achmad, Slamet. 2017. Statistika Inferensial. Yogyakarta: ANDI
- Soekresno. (2000). Manajemen Food and Beverage. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- Soemanto, R. (2010). Sosiologi Pariwisata. Zsos14415/MODUL 1,15
- Suwarman, U. (2004). Perilaku Konsumen. Jakarta: Ghalia Indonesia

- Tjiptono, F. (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi
- Turgarini, D. (2018). *Gastronomi Sunda Sebagai Atraksi Wisata Di Kota Bandung*. Yogyakarta. Universitas Gajah Mada
- Utama, I.G. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata: Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif*. Yogyakarta: Deepublish
- Utama, Rai. (2012). *Metode Penelitian Pariwisata & Perhotelan*. Yogyakarta: Andi
- Utama, Rai. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish
- UU RI Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 1 ayat 9
- Wardiyanta. (2006). *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Yoeti, O.A. (2013). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- Zuliarni, S. (2013). *Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol. 3 Universitas Riau. Analisis Faktor Pertimbangan Pebisnis Restoran Kelas Kecil Di Lingkungan Kampus Universitas Riau Dalam Pemilihan Lokasi Usaha*, 100