

**ANALISA PERBAIKAN MENU *UNPOPULAR* MELALUI *PERSONAL SELLING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN RIUNG
PANYAUNGAN BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Oleh :

Citra Julia Ekawati

1504154

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

2019

LEMBAR HAK CIPTA

ANALISA PERBAIKAN MENU *UNPOPULAR* MELALUI *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN RIUNG PANYAUNGAN BANDUNG

Oleh :

Citra Julia Ekawati

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

©Citra Julia Ekawati 2019

Universitas Pendidikan Indonesia

Mei 2019

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

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

Citra Julia Ekawati, 2019.

ANALISA PERBAIKAN MENU *UNPOPULAR* MELALUI *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN RIUNG PANYAUNGAN BANDUNG

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

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISA PERBAIKAN MENU *UNPOPULAR* MELALUI *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN RIUNG PANYAUNGAN BANDUNG

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Woro Priatini, S.Pd, M.Si

NIP. 19710309.201012.2.001

Pembimbing II



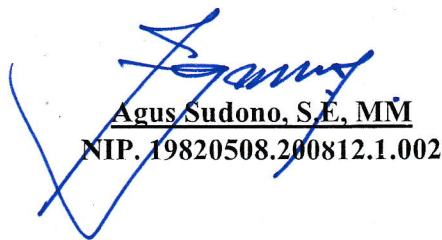
Oman Sukirman, MM

NIP. 19760219.201504.1.001

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Manajemen Industri Katering



Agus Sudono, S.E, MM
NIP. 19820508.200812.1.002

Mahasiswa,



Citra Julia Ekawati
1504154

ABSTRAK

Citra Julia Ekawati, 1504154. Analisa Perbaikan Menu *Unpopular* Melalui *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Riung Panyaungan Bandung, di bawah bimbingan Woro Priatini, S.Pd., M.Si., dan Oman Sukirman, MM.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh minimnya penjualan beberapa menu khas RM. Riung Panyaungan yang terhitung pada Mei 2018 – November 2018. Hal ini disebabkan karena pihak manajemen RM. Riung Panyaungan sendiri belum melakukan penerapan manajemen menu dengan metode analisis rekayasa menu sebagai salah satu alat yang digunakan untuk menjadi evaluasi atas penjualan setiap item menu per bulannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat sejauh mana penerapan rekayasa menu untuk menu kategori *unpopular* (*puzzle* dan *dog*) dengan menggunakan strategi pemasaran *personal selling* yang akhirnya dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap menu kategori *unpopular*. Data primer yang digunakan adalah data penjualan 41 item menu yang dianalisis periode Mei 2018 – November 2018. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode eksperimen. Sedangkan untuk metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Metode analisis datanya dengan menggunakan *menu engineering worksheet* sebagai alat bantu perhitungan penjualan menu dan untuk pengklasifikasian menu, serta melakukan analisis jalur untuk melihat pengaruhnya pada variabel bebas terhadap variabel interveningnya. Hasil setelah peneliti menerapkan rekayasa menu, terdapat 20% atau 8 item menu kategori *puzzles* dan 29% atau 12 item menu kategori *dogs*. Setelah peneliti melakukan eksperimen menggunakan *personal selling* didapat hasil pasca penelitian yang mana terdapat 13 item menu yang mengalami kenaikan penjualan atau sekitar 65% dan 7 item menu atau 35% mengalami penurunan penjualan. Namun, hasil akhir mengenai pengaruh menu melalui *personal seling* terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan adalah signifikan.

Kata Kunci : rekayasa menu, menu tidak populer, penjualan pribadi, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Citra Julia Ekawati, 1504154. Analysis of Unpopular Menu Improvement Through Personal Selling on Purchasing Decisions at Riung Panyaungan Restaurant Bandung, under the guidance of Woro Priatini, S.Pd., M.Si., and Oman Sukirman, MM.

This research is based on the lack of sales of some typical menus at Riung Panyaungan Restaurant which is calculated from May 2018 – November 2018. This case is due to the Riung Panyaungan Restaurant management has not implemented their menu management yet by using menu engineering analysis as one of the tools used to evaluate the sale of each menu items per month. The purpose of this research is to see how far the application of menu engineering to menu categories unpopular by using personal selling marketing strategies that ultimately can increase purchasing decisions on the unpopular menu. The primary data that is used the sales data of 41 menu items which is analyzed in May 2018 – November 2018. The type of the research is using the quantitative research with experimental methods. While for the research method is using descriptive analysis and verificative analysis. The method of data is by using the menu engineering worksheet as a tool for calculating sales menus and for classifying menus, as well as conducting path analysis to see the effects on independent variables on their intervening variables. The results after researchers applied the menu engineering, there were 20% or 8 menu items in the puzzles category, and 29% or 12 menu items in the dogs category. After the researchers conducted experiments using personal selling, it was obtained post-research results in which there were 13 unpopular menu items which experienced an increase in sales or around 65% and 7 unpopular menu items or around 35% is decreased the sales. However, the final results regarding the influence of menus through personal selling on purchasing decisions partially and simultaneously are significant.

Keywords : menu engineering, unpopular menus, personal selling, purchasing decisions.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penulisan	12
1.4.1 Kajian Teoritis	12
1.4.2 Kajian Empiris	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan Pustaka.....	13
2.1.1 Pariwisata	13
2.1.2 Prasarana dan Sarana Pariwisata.....	13
2.1.2.1 Prasarana Pariwisata.....	13
2.1.2.2 Sarana Pariwisata	14
2.1.3 Gastronomi.....	15
2.1.4 Restoran	16
2.1.4.1 <i>Specialty Restaurant</i>	20
2.1.4.2 Restoran Sunda.....	20
2.1.4.3 Makanan Tradisional Sunda.....	21
2.1.5 Manajemen Menu	23
2.1.5.1 Macam-Macam Menu	24

Citra Julia Ekawati, 2019.

ANALISA PERBAIKAN MENU UNPOPULAR MELALUI PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN RIUNG PANYAUNGAN BANDUNG

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

2.1.6 Dimensi-Dimensi Kualitas Produk	25
2.1.7 Pendekatan Matriks.....	25
2.1.7.1 Rekayasa Menu (<i>Menu Engineering</i>).....	26
2.1.8 Konsep Pemasaran	28
2.1.8.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	29
2.1.8.2 Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>).....	30
2.1.8.2.1 Komponen-Komponen Bauran Promosi	30
2.1.9 <i>Personal Selling</i>	32
2.1.9.1 Kriteria Tenaga <i>Personal Selling</i>	33
2.1.9.2 Tahapan Kegiatan <i>Personal Selling</i>	34
2.1.10 Perilaku Konsumen	34
2.1.10.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	35
2.1.11 Keputusan Pembelian.....	36
2.1.11.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian.....	37
2.1.11.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	37
2.1.11.3 Dimensi Keputusan Pembelian	39
2.2 Penelitian Terdahulu	41
2.3 Kerangka Pemikiran.....	45
2.4 Hipotesis.....	49
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Objek Penelitian	50
3.2 Subjek Penelitian.....	50
3.3 Sumber Data.....	50
3.4 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	51
3.5 Tahapan Penelitian	52
3.6 Jenis Penelitian.....	52

3.6.1 Penelitian Kuantitatif	52
3.6.2 Metode Penelitian	53
3.6.3 Metode Eksperimen	53
3.7 Populasi dan Sampel	53
3.7.1 Populasi.....	53
3.7.2 Sampel.....	54
3.7.3 Teknik Pengambilan Sample	54
3.8 Operasionalisasi Variabel	55
3.9 Teknik Analisis Data.....	57
3.10 Uji Instrumen	60
3.10.1 Uji Validitas	60
3.10.2 Uji Reliabilitas	63
3.10.3 Analisis Deskriptif	65
3.10.4 Analisis Verifikatif.....	66
3.10.4.1 Uji Normalitas	66
3.10.4.2 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	66
3.10.4.2.1 Diagram Jalur (<i>Path Diagram</i>).....	67
3.10.4.2.2 Koefisien Jalur	67
3.11 Pengujian Hipotesis	67
3.11.1 Uji t.....	67
3.11.2 Uji F.....	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	69
4.1.1 Sejarah Perkembangan Rumah Makan Riung Panyaungan.....	69
4.1.2 RM. Riung Panyaungan sebagai Rumah Makan yang Berkelanjutan.....	70
4.2 Analisis <i>Menu Engineering</i>	70

Citra Julia Ekawati, 2019.

ANALISA PERBAIKAN MENU UNPOPULAR MELALUI PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN RIUNG PANYAUNGAN BANDUNG

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

4.2.1 Analisis Harga Pokok Makanan.....	70
4.2.2 Analisis Harga Jual Makanan	74
4.2.3 Analisis Kinerja Penjualan.....	75
4.2.4 Analisis Margin Kontribusi.....	77
4.2.5 Analisis Total Harga Pokok Makanan	79
4.2.6 Analisis Total Penjualan	80
4.2.7 Analisis Total Margin Kontribusi	82
4.2.8 Analisis Kategori Margin Kontribusi.....	84
4.2.9 Analisis Tingkat Popularitas	86
4.2.10 Analisis <i>Menu Engineering Worksheet</i>	89
4.3 Karakteristik Responden	93
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	93
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	94
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	95
4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	97
4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	98
4.4 Hasil Penelitian	99
4.4.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Menu	99
4.4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Personal Selling</i>	101
4.4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	103
4.5 Hasil Pengujian Verifikatif	105
4.5.1 Uji Normalitas.....	105
4.5.2 Uji Analisis Jalur.....	106
4.5.2.1 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	106
4.5.2.1.1 Koefisien Jalur.....	106
4.5.2.1.2 Koefisiensi Jalur Model I	106

4.5.2.1.3 Koefisien Jalur Model II	107
4.5.2.2 Analisis Koefisiensi Determinasi	108
4.5.3 Pengujian Hipotesis	109
4.5.3.1 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t).....	109
4.5.3.2 Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)	109
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	110
4.6.1 Keunggulan RM. Riung Panyaungan	110
4.6.2 Evaluasi Penerapan	111
4.6.2.1 Menu Kategori <i>Unpopular</i>	111
4.6.2.2 Kinerja Penjualan Menu <i>Unpopular</i>	112
4.6.2.3 Perbandingan Kinerja Penjualan	114
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	117
5.1 Simpulan	117
5.2 Saran.....	119
Daftar Pustaka	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Jawa Barat Tahun 2012-2016.....	2
Tabel 1.2 Data Kunjungan Wisatawan Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Barat Tahun 2016	3
Tabel 1.3 Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Barat Tahun 2016	4
Tabel 1.4 Daftar Menu RM. Riung Panyaungan Bandung	6
Tabel 1.5 Hasil Rekapitulasi Klasifikasi Menu di RM. Riung Panyaungan.....	10
Tabel 2.1 Klasifikasi Item Menu dengan <i>Menu Engineering</i>	27
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 2.3 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Selanjutnya.....	43
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	5
Tabel 3.2 <i>Menu Engineering Worksheet</i>	59
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Menu	61
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas <i>Personal Selling</i>	62
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 3.7 Kriteria Interpretasi Skor Analisis Deskriptif	65
Tabel 4.1 Analisis Harga Pokok Makanan.....	71
Tabel 4.2 Analisis Harga Jual Makanan	73
Tabel 4.3 Analisis Kinerja Penjualan.....	74
Tabel 4.4 Analisis Margin Kontribusi.....	76
Tabel 4.5 Analisis Total Harga Pokok Makanan	78
Tabel 4.6 Analisis Total Penjualan	80
Tabel 4.7 Analisis Total Margin Kontribusi	81
Tabel 4.8 Analisis Kategori Margin Kontribusi.....	83

Citra Julia Ekawati, 2019.

ANALISA PERBAIKAN MENU UNPOPULAR MELALUI PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN RIUNG PANYAUNGAN BANDUNG

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

Tabel 4.9 Rekapitulasi Kategori Margin Kontribusi.....	84
Tabel 4.10 Analisis Tingkat Popularitas	86
Tabel 4.11 Rekapitulasi Kategori Tingkat Popularitas	87
Tabel 4.12 Analisis <i>Menu Engineering Worksheet</i>	89
Tabel 4.13 Klasifikasi Menu Berdasarkan <i>Menu Engineering</i> di RM. Riung Panyaungan Periode Mei 2018 – November 2018.....	91
Tabel 4.14 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	93
Tabel 4.15 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	94
Tabel 4.16 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	95
Tabel 4.17 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	96
Tabel 4.18 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	97
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Menu	98
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Personal Selling</i>	100
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	102
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas	104
Tabel 4.23 Analisis Koefisien Jalur Model I	105
Tabel 4.24 Analisis Diagram Jalur Model I.....	106
Tabel 4.25 Analisis Koefisien Jalur Model II	106
Tabel 4.26 Analisis Diagram Jalur Model II.....	107
Tabel 4.27 Uji Signifikan Parsial (Uji t)	108
Tabel 4.28 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	109
Tabel 4.29 Menu Kategori <i>Unpopular</i>	111
Tabel 4.30 Analisis Kinerja Penjualan Menu <i>Unpopular</i> Pra Penelitian.....	112
Tabel 4.31 Analisis Kinerja Penjualan Menu <i>Unpopular</i> Pasca Penelitian.....	113
Tabel 4.32 Perbandingan Kinerja Penjualan.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Berdasarkan Jumlah Pengunjung di RM. Riung Panyaungan Periode Juni 2017 – November 2018	7
Gambar 1.2 Omset Penjualan RM. Riung Panyaungan Periode Juni 2017 – November 2018.....	8
Gambar 2.1 Komponen Gastronomi	15
Gambar 2.2 Matriks Klasifikasi Item Menu dengan <i>Menu Engineering</i>	28
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 2.4 Hipotesis.....	49
Gambar 3.1 Garis <i>Normal Probability Plot</i>	66
Gambar 4.1 Logo Rumah Makan Riung Panyaungan	63
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	94
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	95
Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	96
Gambar 4.5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	97
Gambar 4.6 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	98
Gambar 4.7 Garis Kontinum Variabel Menu	100
Gambar 4.8 Garis Persentase Kelompok Responden Terhadap Variabel Menu	100
Gambar 4.9 Garis Kontinum Variabel <i>Personal Selling</i>	102
Gambar 4.10 Garis Persentase Kelompok Responden Terhadap Variabel <i>Personal Selling</i>	102
Gambar 4.11 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian	104
Gambar 4.12 Garis Persentase Kelompok Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	105
Gambar 4.13 Diagram Jalur Model I	106

Citra Julia Ekawati, 2019.

ANALISA PERBAIKAN MENU UNPOPULAR MELALUI PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN RIUNG PANYAUNGAN BANDUNG

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

Gambar 4.14 Diagram Jalur Model II107

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta. Buchari, A. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Jakarta: Alfabeta.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (2nd ed.). Jakarta: Prenada Media.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. Juliandi, A., Irfan, & Manurung. (2014). *Metode Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi dan Tesis Mandiri*. Medan: UMSU Press.
- Kasavana, M. L. (1984). *Computer Systems for Food Service Operations*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran 2 Jilid 2*. (B. Molan, Ed.) (Kesebelas). Jakarta: PT. INDEKS Kelompok.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (A. Maulana & W. Hardani, Eds.) (Tiga Belas). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kountur, R. (2009). *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Buana Printing.
- Marsum, W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Riduwan, & Akdon. (2013). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. (Z. Arifin, Ed.). Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, & Sunarto, H. (2012). *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Smith, S. L. J., & Xiao, H. (2008). Culinary Tourism Supply Chains: <https://doi.org/10.1177/0047287506303981>
- Subagyo, J. (2011). *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W., & Endrayanto, P. (2012). *Statistika untuk Penelitian* (1st ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Turgarini, D. (2018). *Gastronomi Sunda sebagai Atraksi Wisata di Kota Bandung*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Wiyasha, I. B. M. (2011). *F & B Cost Control: Untuk Hotel dan Restoran*. Yogyakarta: ANDI.
- Yoeti, O. A. (2013). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yuk, L., & Kwong, L. (2005). *The application of menu engineering and design in Asian restaurants*, 24, 91–106. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2004.05.002>

Artikel/Jurnal

- Adiatma, D., Andriatna, W., & Sudono, A. (2014). *Analisis Perbaikan Menu Unpopuler di Restoran Dapur Sunda di Kota Jakarta*. *Gastronomy Tourism*, 1(1), 35-48.
- Ernawan, Y. (2018). *Evaluasi Penerapan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Menu Unpopuler dan Profitable di Restoran Kampung Daun*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Fajri, I. (2018). *Strategi Peningkatan Penjualan Makanan Tradisional Sunda Melalui Daya Tarik Produk Wisata Kuliner di The Jayakarta Suite Hotel and Spa*. *The Journal: Tourism and Hospitality Essential Journal*, 8(1), 45-46.
- Husada, D. D., Asmara, D., & Suroto, A. (2018). *Pengaruh Penerapan Rekayasa Menu Terhadap Tingkat Penjualan di Restoran Epice Hotel Alila Solo*. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 14(1).
- Kwong, L. Y. L. (2005). *The application of menu engineering and design in Asian restaurants*. *International Journal of Hospitality Management*, 24(1), 91–106. doi:10.1016/j.ijhm.2004.05.002
- Lee, E. J., & Lee, Y. S. (2006). *Menu analysis using menu engineering and cost/margin analysis-French restaurant of the tourism hotel in Seoul*. *Journal of the Korean Society of Food Culture*, 21(3), 270- 279.
- Oktaviani, S. (2018). *Analisis Menu Engineering pada Menu A'la Carte di Grand Pasundan Convention Hotel dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Suggestive Selling*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Panjaitan, T. H., & Lutfie, H. (2016). *Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus PT Millenium Pharmacon Internasional Tbk cabang Bandung)*. *eProceedings of Applied Science*, 2(2).
- Putra, I. G. N. D. P., Elistyawati, I. A., & Oka, I. M. D. (2018). *The Application of Menu Appetizer Based on Menu Engineering to Increase Selling Volume in El Patio Restaurant, Sol Beach House*

Benoa Bali. Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality, 1(2), 178.

Raab, C., & Mayer, K. (2007). *Menu engineering and activity-based costing—can they work together in a restaurant?*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 19(1), 43-52.

Santich, B. (2004). *The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training*. International Journal of Hospitality Management, 23(1), 15–24. doi:10.1016/s0278-4319(03)00069-0.

Dokumen

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2016). *Tentang Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Domestik, Data Jumlah Restoran Kabupaten/Kota di Jawa Barat* [Online] Tersedia : <https://jabar.bps.go.id/> [29 Oktober 2018]

Sustainable Development Goals. (2019). *Apa Itu SDGs?* [Online] Tersedia : <https://www.sdg2030indonesia.org/page/8-apa-itu> [27 Mei 2019]

Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 10 Tahun 2009. *Tentang Kepariwisata dengan Persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia dan Presiden Republik Indonesia*. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia [Online] Tersedia : <http://kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=33&id=676> [30 Januari 2019]

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia, Nomor 304/MENKES/PER/IV/1989. *Tentang Persyaratan Kesehatan Rumah Makan dan Restoran*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia [Online] Tersedia : http://jdih.pom.go.id/produk/peraturan%20menteri/PERMENKES_N O.304_Menkes_Per_IV_1989_Tentang%20PERSYARATAN%20K ESEHATA_1989.pdf [29 Mei 2019]

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Nomor 11 Tahun 2014. *Tentang Standar Usaha Restoran*. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia [Online] Tersedia : <http://kemenpar.go.id/post/peraturan-menteri-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-nomor-11-tahun-2014> [29 Mei 2019]

World Tourism Organization. (2018). *The Definition of Tourism*. [Online]
Tersedia : <http://www2.unwto.org/content/about-us-5> [29 Desember 2018]