

**ANALISIS FAKTOR PERILAKU KONSUMSI MILENIAL
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE RESTORAN SUNDA
DI KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata



oleh
Nur Faijatun Nikmah
1506643

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

2019

**ANALISIS FAKTOR PERILAKU KONSUMSI MILENIAL
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE RESTORAN SUNDA
DI KOTA BANDUNG**

Oleh
Nur Faijatun Nikmah

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

© Nur Faijatun Nikmah 2019
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2019

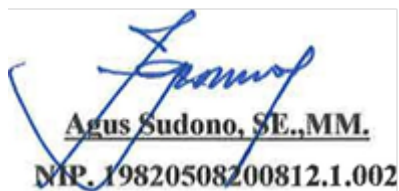
Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR PERILAKU KONSUMSI MILENIAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE RESTORAN SUNDA DI KOTA BANDUNG

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Agus Sudono, SE.,MM.
NIP. 19820508200812.1.002

Pembimbing II



Ilham Fajri, M.M.Par

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, S.S., MM.Par
NIP. 19700320.200812

Tanggung Jawab Yuridis
Ada Pada Penulis



Nur Fajjatun Nikmah
NIM. 1506643

ABSTRAK

Nur Faijatun Nikmah, Analisis Faktor Perilaku Konsumsi Milenial terhadap Minat Berkunjung ke Restoran Sunda di Kota Bandung. Dibimbing oleh Agus Sudono, SE., M.M dan Ilham Fajri M.M.Par

Tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan gambaran mengenai potensi milenial di Kota Bandung serta menganalisis faktor-faktor apa saja yang paling mendominasi perilaku konsumsi makanan pada milenial terhadap minat berkunjung ke Restoran Sunda di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa butir-butir pertanyaan pada kuesioner. Restoran Sunda serta pengalaman kunjungan itu sendiri menjadi tempat penelitian. Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini yaitu responden berjumlah 270 orang. Analisis yang dilakukan terhadap data yang diperoleh yaitu dimulai saat peneliti belum memasuki lapangan, selama di lapangan hingga selesai dari lapangan. Teknik Analisis data yang digunakan adalah *Exploratory Factor Analysis*. Hasil Analisis yang diperoleh menunjukkan penduduk Kota Bandung sebesar 27,99 persen terdapat pada rentang kelompok usia 20-34 tahun dengan total 699,395 ribu jiwa yang didominasi oleh penduduk rentan usia 20-24 tahun yaitu sekitar 10,36 persen dengan profesi sebagai pelajar/mahasiswa dan pendapatan kurang dari Rp. 2.500.000. per bulan. Kemudian diperoleh delapan faktor baru yang mempengaruhi perilaku konsumsi milenial terhadap Minat berkunjung ke Restoran Sunda di Kota Bandung. Faktor pertama dan paling dominan dengan nilai *eigenvalues* 10.628 adalah faktor karakteristik makanan, faktor ke dua yaitu faktor pengaruh dunia, faktor ke tiga yaitu faktor perasaan positif (*positive feelings*), faktor ke empat faktor lingkungan di destinasi tujuan, faktor ke lima yaitu faktor mengelola rasa bosan, menyesal dan menderita, faktor ke enam yaitu faktor pemenuhan kebutuhan fisik dan, faktor ke tujuh yaitu faktor menjalin relasi, faktor ke delapan yaitu faktor mencari pengalaman unik dan otentik.

Kata Kunci : Perilaku Konsumsi, Milenial, Restoran Sunda, *Exploratory Factor Analysis*

ABSTRACT

Nur Faijatun Nikmah, Factor Analysis of Millennial Consumption Behavior toward interest in visiting Sundanese Restaurant in Bandung City. Guided by Agus Sudono, SE., M.M and Ilham Fajri M.M.Par

The purpose of this study is to perceive an overview of the millennial potential in the city of Bandung and analyze any dominant factors formed from the food consumption behavior on millennials toward interest in visiting Sundanese restaurants in the city of Bandung. This study applies a descriptive quantitative method with data collection techniques consist of the sort of items in the questionnaire. The Sundanese Restaurant and the experience of the visit itself became the place of research. Participants involved in this study were respondents amounted to 270 people. The analysis is performed toward the data retrieved that is started when researchers have yet to enter the field, over on the field until the completion of the field. The data analysis technique used is an Exploratory Factor Analysis. The results of the analysis revealed that the population of Bandung City of 27.99 percent was in the range of the age group of 20-34 years with a total of 699,395 thousand people dominated by a 20-24-year-old population of around 10.36 percent with professions as students and income of less than Rp. 2,500,000. per month. Then obtained eight new factors that influence millennial consumption behavior towards an interest in visiting Sundanese restaurants in the city of Bandung. The first and most dominant factor with eigenvalues value of 10,628 is the factor of food characteristics, the second factor is the factor of world influence, the third factor is the positive feeling factor, the fourth factor is the environmental factor at the destination, the fifth factor is the factor managing taste bored, sorry and suffering, the sixth factor is the fulfillment of physical needs and, the seventh factor is the relationship factor, the eighth factor is the factor of looking for unique and authentic experiences.

Keywords: Consumption Behavior, Millennial, Sundanese Restaurant, Exploratory Factor Analysis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| KATA PENGANTAR | i |
| UCAPAN TERIMA KASIH | ii |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| PERNYATAAN | v |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR DIAGRAM | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1. Kajian Teori | 8 |
| 2.1.1. Pariwisata | 8 |
| 2.1.2. Wisata Kuliner | 8 |
| 2.1.3. Restoran..... | 9 |
| 2.1.4. Konsumsi Makanan | 9 |
| 2.1.5. Perilaku Konsumsi | 10 |
| 2.1.5.1 Keyakinan Perilaku dan Sikap Terhadap Perilaku | 11 |
| 2.1.5.2 Keyakinan Normatif dan Norma Subjektif | 12 |
| 2.1.5.3 Kontrol Keyakinan dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan | 13 |
| 2.1.6. Preferensi Makanan | 14 |
| 2.1.7. Dimensi Wisatawan | 17 |
| 2.1.7.1. Pengaruh Budaya dan Agama | 17 |
| 2.1.7.2. Faktor Sosio-Demografis | 18 |
| 2.1.7.3. Ciri-Ciri Kepribadian yang Berhubungan dengan Makanan | 19 |
| 2.1.7.4. Efek Paparan atau Pengalaman Masa Lalu | 20 |
| 2.1.7.5. Faktor Motivasi..... | 21 |
| 2.1.8. Dimensi Makanan di Destinasi Wisata | 24 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.1.8.1. | Atribut Sensorik..... | 24 |
| 2.1.8.2. | Konten Makanan..... | 25 |
| 2.1.8.3. | Metode Persiapan dan Pengolahan..... | 25 |
| 2.1.8.4. | Tipe Makanan | 26 |
| 2.1.8.5. | Ketersediaan Makanan..... | 26 |
| 2.1.8.6. | Harga, Nilai dan Kualitas..... | 27 |
| 2.1.9. | Dimensi Lingkungan Destinasi Wisata | 28 |
| 2.1.9.1. | Kesan Gastronomi atau Identitas | 28 |
| 2.1.9.2. | Komunikasi Pemasaran..... | 29 |
| 2.1.9.3. | Pengaruh Kontekstual | 29 |
| 2.1.9.4. | <i>Service Encounter</i> | 30 |
| 2.1.9.5. | <i>Servicescape</i> | 31 |
| 2.1.9.6. | Musiman..... | 31 |
| 2.2. | Penelitian Empiris..... | 32 |
| 2.3. | Kerangka Penelitian | 34 |
| 2.4. | Hipotesis | 35 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | | 36 |
| 3.1. | Objek dan Subjek Penelitian | 36 |
| 3.2. | Metode Penelitian | 38 |
| 3.3. | Populasi | 38 |
| 3.4. | Sampel | 39 |
| 3.5. | Metode Pengumpulan Data..... | 40 |
| 3.6. | Operasionalisasi Variabel | 41 |
| 3.7. | Instrumen Penelitian | 45 |
| 3.8. | Uji Validitas..... | 45 |
| 3.9. | Uji Realibilitas | 48 |
| 3.10. | <i>Method Succesive Interval</i> (MSI)..... | 49 |
| 3.11. | Uji Normalitas | 49 |
| 3.12. | Analisis Faktor..... | 50 |
| 3.13. | Asumsi Analisis Faktor..... | 50 |
| 3.14. | Model Analisis Faktor..... | 51 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 53 |
| 4.1. | Profil Lokasi Penelitian..... | 53 |
| 4.2. | Data Responden | 63 |

| | | |
|---------|---|-----------|
| 4.2.1. | Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 63 |
| 4.2.2. | Data Responden Berdasarkan Usia | 64 |
| 4.2.3. | Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan | 65 |
| 4.2.4. | Data Responden Berdasarkan Pendapatan | 66 |
| 4.2.5. | Data Responden Berdasarkan Domisili..... | 67 |
| 4.2.6. | Data Responden Berdasarkan Kunjungan | 68 |
| 4.2.7. | Data Responden Berdasarkan Jumlah Rekan yang Berkunjung | 69 |
| 4.2.8. | Data Responden Berdasarkan Durasi Kunjungan | 70 |
| 4.3. | Analisis Data..... | 71 |
| 4.3.1. | Hasil Uji Normalitas | 71 |
| 4.3.2. | Identifikasi Faktor Perilaku Konsumsi Milenial | 72 |
| 4.3.3. | Pengujian Variabel..... | 73 |
| 4.3.4. | Penyaringan Variabel..... | 74 |
| 4.3.5. | Analisis <i>Communalities</i> | 76 |
| 4.3.6. | Analisis <i>Total Variance Explained</i> | 77 |
| 4.3.7. | <i>Component Matrix</i> | 78 |
| 4.3.8. | <i>Rotated Component Matrix</i> | 80 |
| 4.3.9. | <i>Component Transformation Matrix</i> | 82 |
| 4.3.10. | Menentukan Label Faktor | 83 |
| | BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 88 |
| 5.1. | Kesimpulan | 88 |
| 5.2. | Saran | 89 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 90 |
| | LAMPIRAN | 96 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara yang datang ke Indonesia melalui bandara bulan Januari-Maret 2018 | 1 |
| Gambar 2.1 Faktor yang melatarbelakangi sebuah perilaku..... | 10 |
| Gambar 2.2 Representasi skematis dari hubungan antara makanan kesukaan, preferensi, pilihan dan asupan. | 15 |
| Gambar 2.3. Faktor yang mempengaruhi konsumsi pangan dalam pariwisata..... | 16 |
| Gambar 2.4 Faktor yang mempengaruhi konsumsi makanan wisatawan. | 23 |
| Gambar 3.1 Peta Kota Bandung..... | 36 |
| Gambar 4.1 Rumah Makan Alas Daun | 53 |
| Gambar 4.2 Paviliun Sunda..... | 54 |
| Gambar 4.3 Rumah Makan Ponyo | 55 |
| Gambar 4.4 Raja Sunda..... | 56 |
| Gambar 4.5 Warung Nasi Ampera..... | 57 |
| Gambar 4.6 Warung Nasi Ibu Imas..... | 58 |
| Gambar 4.7 Rumah Makan Ma'Uneh..... | 59 |
| Gambar 4.8 Sajian Sunda Sambara | 60 |
| Gambar 4.9 Restoran Sindang Reret..... | 61 |
| Gambar 4.10 Warung Nasi Bancakan..... | 62 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Table 1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Provinsi Jawa Barat Tahun 2013-2017..... | 2 |
| Table 1.2 Jumlah Restoran atau Rumah Makan di Kota Bandung | 3 |
| Table 1.3 Proyeksi Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Bandung tahun 2017 | 4 |
| Table 3.1 Proyeksi Penduduk menurut Kelompok Umur (20-34 Tahun) dan Jenis Kelamin di Kota Bandung tahun 2017 | 38 |
| Table 3.2 Penentuan Jumlah Sampe Isaac dan Michael | 39 |
| Table 3.3 Pengukuran Skala Likert..... | 45 |
| Table 3.4 Uji Validitas..... | 46 |
| Table 3.5 Uji Realibilitas - Tabel <i>Case Processing Summary</i> | 48 |
| Table 3.6 Uji Realibilitas - Tabel <i>Reliability Statistic</i> | 48 |
| Table 4.1 Uji Normalitas - <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> | 71 |
| Table 4.2 KMO dan Bartlett's Test | 73 |
| Table 4.3 Nilai MSA tabel <i>Anti-Image Correlation</i> | 74 |
| Table 4.4 <i>Communalities</i> | 76 |
| Table 4.5 <i>Total Variance Explained</i> | 77 |
| Table 4.6 <i>Component Matrix</i> | 79 |
| Table 4.7 <i>Rotated Component Matrix</i> | 80 |
| Table 4.8 <i>Component Transformation Matrix</i> | 83 |

DAFTAR DIAGRAM

| | |
|---|----|
| Diagram 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 63 |
| Diagram 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia | 64 |
| Diagram 4.3 Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan..... | 65 |
| Diagram 4.4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 66 |
| Diagram 4.5 Data Responden Berdasarkan Domisili..... | 67 |
| Diagram 4.6 Data Responden Berdasarkan Kunjungan..... | 68 |
| Diagram 4.7 Data Responden Berdasarkan Rekan yang Berkunjung..... | 69 |
| Diagram 4.8 Data Responden Berdasarkan Durasi Kunjungan..... | 70 |

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ibo. (2018). Sektor Pariwisata Jadi Investasi Unggulan di 2018 - Lifestyle Liputan6.com. 7 Januari. Retrieved from <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3217850/sektor-pariwisata-jadi-investasi-unggulan-di-2018>
- Ajzen, I. (2015). Consumer attitudes and behavior: the theory of planned behavior applied to food consumption decisions, 121–138. <https://doi.org/10.13128/REA-18003>
- Alas Daun. (n.d.). Alas Daun| Kuliner Bandung | Sensasi Makan Tanpa Piring. Retrieved July 5, 2019, from <http://alasmaun.com/>
- Atkins, P., & Bowler, I. (2016). *Food in Society*.
- Au, N., & Law, R. (2002). Categorical classification of tourism dining. *Annals of Tourism Research*. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00078-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00078-0)
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Laporan Perekonomian Indonesia 2018*. (Subdirektorat Indikator Statistik, Ed.) (Vol. 91). BPS RI.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2018). *Kota Bandung Dalam Angka Bandung*. BPS Kota Bandung.
- Badan Pusat Statistik Povinsi Jawa Barat. (2018). *Statistik Daerah Provinsi Jawa Barat 2018*.
- Barthes, R. (1975). Towards a psychology of contemporary food consumption. In E. Forster & R. Forster (Eds.), *European Diet form Pre-industrial to Modern Times*. New Yoork: Harper & Row.
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2014). Culinary-gastronomic tourism – a search for local food experiences. *Nutrition and Food Science*. <https://doi.org/10.1108/NFS-12-2013-0142>
- Chang, R. C. Y., Kivela, J., & Mak, A. H. N. (2010). Food preferences of Chinese tourists. *Annals of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.03.007>
- Chang, R. C. Y., Kivela, J., & Mak, A. H. N. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West. *Tourism Management*, 32(2), 307–316. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.009>
- Clemes, M. D., Gan, C., & Sriwongrat, C. (2013). Consumers' Choice Factors of an Upscale Ethnic Restaurant. *Journal of Food Products Marketing*. <https://doi.org/10.1080/10454446.2013.724364>
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism - Attraction and impediment.

Annals of Tourism Research, 31(4), 755–778.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.02.003>

- Ermawati, T., & Sarana, J. (2017). Determinan perilaku konsumsi pangan di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Nusa Tenggara Timur (NTT). *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 25(2), 69–87.
- Firdaus, N., & Cahyono, B. D. (2017). Bagaimana pola konsumsi dan penganekaragaman pangan mempengaruhi ketahanan pangan : Studi kasus Yogyakarta dan Nusa Tenggara timur. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 25, 27–38.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). Ch 8 General attitudes and the prediction of behavior. In *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. <https://doi.org/10.4324/9780203838020>
- Fox, R. (2007). Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2006.03.001>
- Gains, N. (1994). The repertory grind approach. In *Measurement of Food Preferences*. https://doi.org/10.1007/978-1-4615-2171-6_3
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang.
- Giesen, J. C. A. H., Havermans, R. C., Douven, A., Tekelenburg, M., & Jansen, A. (2010). Will work for snack food: The association of BMI and snack reinforcement. *Obesity*. <https://doi.org/10.1038/oby.2010.20>
- Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary tourism-a case study of the gastronomic capital. *Journal of Culinary Science and Technology*. <https://doi.org/10.1080/15428052.2010.490765>
- Hjalager, A. M. (2004). What do tourists eat and why? Towards a sociology of gastronomy and tourism. *Tourism*.
- Ilbery, B., & Kneafsey, M. (1998). Product and Place: Promoting Quality Products and Services in the Lagging Rural Regions of the European Union. *European Urban and Regional Studies*. <https://doi.org/10.1177/096977649800500404>
- Kamus KBBI | UKM Indonesia. (n.d.). Retrieved January 23, 2019, from [https://www.ukmindonesia.id//cari-kamus-kbli?q=&hPP=5&idx=kbli&p=0&hFR%5Bcategories.lv10%5D%5B0%5D=Perdagangan%2C Hotel dan Restoran %3E Penyediaan makanan dan minuman %3E Restoran dan penyediaan makanan keliling#56101](https://www.ukmindonesia.id//cari-kamus-kbli?q=&hPP=5&idx=kbli&p=0&hFR%5Bcategories.lv10%5D%5B0%5D=Perdagangan%2C%20Hotel%20dan%20Restoran%20dan%20Penyediaan%20makanan%20dan%20minuman%20Restoran%20dan%20penyediaan%20makanan%20keliling#56101)
- Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach.

- International Journal of Hospitality Management*, 28Kim, Y.(3), 423–431.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.11.005>
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- Köster, E. P. (2009). Diversity in the determinants of food choice: A psychological perspective. *Food Quality and Preference*, 20(2), 70–82.
<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2007.11.002>
- Long, L. M. (2012). Culinary Tourism. In *The Oxford Handbook of Food History*.
https://doi.org/10.1111/j.1542-734X.2004.148_9.x
- Maedeh Bon, H., & Mazhar Hussein. (2010). Halal food and tourism: Prospects and Challenges. In *Bridging Tourism Theory and Practice*.
[https://doi.org/10.1108/S2042-1443\(2010\)0000002007](https://doi.org/10.1108/S2042-1443(2010)0000002007)
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.010>
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. Y. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.10.012>
- Maman, A., Muhidin, S. A., & Somanti, A. (2011). *Dasar-Dasar metode Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Meiselman, H. L., Mastroianni, G., Buller, M., & Edwards, J. (1998). Longitudinal measurement of three eating behavior scales during a period of change. *Food Quality and Preference*. [https://doi.org/10.1016/S0950-3293\(98\)00013-5](https://doi.org/10.1016/S0950-3293(98)00013-5)
- Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI. Undang- Undang tentang Kepariwisata, Pub. L. No. Undang-Undang no 10 tahun 2009, 16 Januari 2009 (2009). Indonesia. <https://doi.org/10.2174/138920312803582960>
- Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI. Undang-Undang Republik Indonesia tentang Pangan, Pub. L. No. Undang-Undang nomor 18 tahun 2012 (2012). Indonesia.
- Noble, S. M., Haytko, D. L., & Phillips, J. (2009). What drives college-age Generation Y consumers? *Journal of Business Research*.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.01.020>
- Paviliun Sunda - Penelusuran Google. (n.d.). Retrieved July 5, 2019, from shorturl.at/jkAC0
- Pliner, P., & Salvy, S. J. (2006). Food neophobia in human. In R. Shepherd & M.

- Raats (Eds.), *The Psychology of Food Choice* (pp. 75–92). Oxfordshire.
- Randall, E., & Sanjur, D. (1981). Food preferences — their conceptualization and relationship to consumption. *Ecology of Food and Nutrition*, 37–41. <https://doi.org/10.1080/03670244.1981.9990671>
- Reni. (n.d.). 11 Rumah Makan Sunda di Bandung Rekomended Enak Banget Wajib Dicoba Rumah Makan Sunda di Bandung. Retrieved September 23, 2019, from <https://www.gostravelly.com/blog/rumah-makan-sunda-di-bandung/>
- Rozin, P. (1986). Food Likes and Dislikes. *Annual Review of Nutrition*. <https://doi.org/10.1146/annurev.nutr.6.1.433>
- Rozin, P. (2006). The Integration of Biological, Social, Cultural and Psychological Influences on Food Choice. *N R. Shepherd, & M. Raats (Eds.), The Psychology of Food Choice*. <https://doi.org/10.1079/9780851990323.0019>
- Rumah Makan Ma'Uneh - Penelusuran Google. (n.d.). Retrieved July 5, 2019, from shorturl.at/fswMW
- Rumah Makan Ponyo. (n.d.). Rumah Makan Ponyo - Miboga Rasa Nu Jadi Carita. Retrieved July 5, 2019, from <https://www.makanponyo.com/>
- Rumah Makan Raja Sunda - Penelusuran Google. (n.d.). Retrieved July 5, 2019, from shorturl.at/dOQU3
- Sambara. (n.d.). Sambara – Authentic Food. Retrieved July 5, 2019, from <https://www.sajiansambara.com/>
- Santoso, S. (2017). *Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sindang Reret - Penelusuran Google. (n.d.). Retrieved July 5, 2019, from shorturl.at/iIMRY
- Siswhara, G., Abdullah, T., & Sukmawati, M. (2019). Factors Influencing Generation Y Satisfaction in Sundanese Restaurant. <https://doi.org/10.2991/isot-18.2019.71>
- Soares, R. R., Zhang, T. T. (Christina), Proença, J. F., & Kandampully, J. (2017). Why are Generation Y consumers the most likely to complain and repurchase? *Journal of Service Management*, 28(3), 520–540. <https://doi.org/10.1108/JOSM-08-2015-0256>
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*

D.Bandung:Alfabeta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Sunshine4FreshAir. (2011). Ma Uneh Pelopor Ayam Sunda | Restoran Jakarta Indonesia Review - SendokGarpu.com. Retrieved September 23, 2019, from <http://www.sendokgarpu.com/index.php/detail/restaurants/227/Ma-Uneh-Pelopor-Ayam-Sunda>
- Susanto, A. (2018). *Analisis faktor motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Kawasan Dago Dreampark Lembang Kabupaten Bandung*. Bandung.
- Syuri. (n.d.). 15 Rumah Makan Sunda di Bandung yang Enak dan Sunda Banget. Retrieved September 23, 2019, from <https://keluyuran.com/rumah-makan-sunda-di-bandung/>
- Turgarini, D., Baiquni, M., & Harmayani, E. (2018a). Why Do Tourists Visit Bandung City? Empirical Study of Motivational Factors. *Cultural Tourism Research*.
- Turgarini, D., Baiquni, M., & Harmayani, E. (2018b). The Multiplier Effect of Buying Local Gastronomy: Case of Sundanesse Restaurant. *E-Journal of Tourism*. <https://doi.org/10.24922/eot.v5i1.38460>
- UN Department for Economic and Social Affairs. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008. MDG Report 2010* (Vol. M No. 83/R). <https://doi.org/10.1108/17427370810932141>
- Usman, H., & Setiadi, P. (2012). *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Van Trijp, H. C. M., & Steenkamp, J.-B. E. M. (1992). Consumers' variety seeking tendency with respect to foods: Measurement and managerial implications. *European Review of Agricultural Economics*. <https://doi.org/10.1093/erae/19.2.181>
- Warung Nasi Ampera. (n.d.). Sejarah Singkat Warung Nasi Ampera | Warung Nasi Ampera - Rumah Makan Khas Sunda. Retrieved July 5, 2019, from <http://www.amperadalemkaum.com/2012/09/SejarahWarungNasiAmpera.html>
- Warung Nasi Bancakan - Penelusuran Google. (n.d.). Retrieved July 5, 2019, from shorturl.at/lvyO9
- Warung Nasi Ibu Imas - Penelusuran Google. (n.d.). Retrieved July 9, 2019, from shorturl.at/gDHRW
- Yong, A. G., & Pearce, S. (2013). A Beginner ' s Guide to Factor Analysis : Focusing on Exploratory Factor Analysis, 9(2), 79–94.