

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI JAJANAN  
TRADISIONAL ALI AGREM TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG**

**Skripsi**

disusun untuk memenuhi syarat memperoleh Gelas Sarjana Pariwisata



oleh

Tiara Ratnakandi Dewi

NIM 1601560

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

**BANDUNG**

**2020**

**LEMBAR PENGESAHAN**

TIARA RATNAKANDI DEWI

PENGARUH HARGA, PRODUK, DAN PROMOSI JAJANAN  
TRADISIONAL ALI AGREM TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMEBELIANGENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG

disetujui dan disahkan oleh

Pembimbing I



**Christian H. Rumayar, S.Sos., MM. Par**  
NIP. 19691228 200212 1 001

Pembimbing II



**Andreas Suwandi, S.Pd., Gr., M.Pd**  
NIP. 92019021 989041 2 101

Mengetahui,  
Ketua Departemen Prodi Manajemen Industri Katering



**Dr. Dewi Turgarini., S.S., MM. Par**  
NIP. 19700320 200812 2 001

**LEMBAR HAK CIPTA**

**PENGARUH HARGA, PRODUK, DAN PROMOSI JAJANAN  
TRADISIONAL ALI AGREM TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMEBELIAN GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG**

**Oleh:**  
**Tiara Ratnakandi Dewi**  
**1601560**

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

© Tiara Ratnakandi Dewi  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Juni 2020

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan  
dicetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Tiara Ratnakandi Dewi

NIM : 1601560

Jurusan : Manajemen Industri Katering

Fakultas : Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Menyatakan dengan sepenuhnya bahwa skripsi dengan judul:

“PENGARUH HARGA, PRODUK, DAN PROMOSI JAJANAN TRADISIONAL ALI AGREM TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBELIAN GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG” merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri serta seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia. Dengan demikian pernyataan ini saya buat.

Bandung, Juni 2020  
Penulis,

Tiara Ratnakandi Dewi  
1601560

## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Swt, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya kita masih diberikan kesempatan untuk menjalankan aktivitas sebagaimana mestinya. Tak lupa shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada jungjunan kita Nabi Muhammad Saw, para sahabatnya tabiin-tabiit, dan umatnya yang tetap memegang teguh syari'at Islam dan sunnahnya hingga akhir zaman.

Tak satupun kata yang bisa menggambarkan kebahagiaan ini selain ucapan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah Swt. Karena-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul:

**“PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI JAJANAN TRADISIONAL ALI AGREM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG JAWA BARAT”.**

Dalam penyusunan skripsi ini perkenankan penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua penulis, ayah dan ibunda yang telah memberikan segala dukungan, perhatian, do'a dan kasih sayangnya yang tidak pernah habis dari sejak dalam kandungan hingga sekarang. Selain itu penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. R. Asep Kadarohman, M.Si. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Dr. Dewi Turgarini., S.S., MM. Par. Selaku Ketua Program Studi departemen Manajemen Industri Katering
3. Christian H. Rumayar, S.Sos., MM.Par selaku Dosen Pembimbing 1 di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
4. Andreas Suwandi, S.Pd., Gr., M.Pd selaku Dosen Pembimbing 2 di Pendidikan Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Seluruh Dosen yang mengajar di Manajemen Industri Katering yang telah memberikan ilmu-ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Seluruh staf dan karyawan Manajemen Industri Katering, Universitas Pendidikan Indonesia.
7. Rekan- rekan Manajemen Industri Katering 2016 tercinta

Tiara Ratnakandi Dewi, 2020

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI JAJANAN TRADISIONAL ALI AGREM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

8. Sahabat terbaik Sandra Dwi Rahmandhita, Dede Irma Suryani, Alika Nabila, Annisa Purnamasari, Arum Tri Ratnasari, Amania Salsabila, Dinda karti, Dita Meilani, Jihan Nurul Achmad, Popi Puspitasari, Kairna Shintya, Khoirunnisa Pitaloka, Reni Nur'aeni, Sisak Ariyana, Ranny Hamzani Anugrah, Asri Salma Barokah, Annjada Nasa atas kebersamaan, semangat serta soliditasnya.
9. Adhitya Anugrah Maulana yang selalu membantu dalam memberikan ide dan gagasan terhadap penulisan, memberikan dukungan moral, motivasi dan semangat
10. Muhammad Nurbarakah Pratama, Ratri Pradini, Inten Ratnasari Dewi yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan semangat.

Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya tugas akhir ini. Semoga Allah SWT memberikan pahala yang berlipat ganda dan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya atas semua bantuan, dukungan semangat dan do'anya. Diharapkan dengan hadirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat, tambahan pengetahuan, dan wawasan bagi pembaca dan khususnya bagi penulis.

Penulis menyadari atas keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki sehingga penyusunan Skripsi ini belum dapat dikatakan sempurna baik isi, metode, maupun cara penyajiannya. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata penulis berharap, semoga Skripsi ini bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswi dan menambah ilmu pengetahuan.

Bandung, ..... 2020

Penulis

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI JAJANAN  
TRADISIONAL ALI AGREM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG**

TIARA RATNAKANDI DEWI  
1601560

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, produk dan promosi jajanan tradisional Ali Agrem terhadap keputusan pembelian khususnya pada kelompok usia 17 sampai 21 tahun di Kota Bandung.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer. Data yang dianalisis adalah kuisioner tentang. Metode pengolahan data pada penelitian ini menggunakan Uji Normalitas, Uji Regresi Linier Sederhana, Uji *Korelasi Pearson Product Moment*, Uji Koefisien Determinasi dan Uji-T. Sedangkan alat bantu yang digunakan untuk mengolah data adalah *software* SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini diperoleh dari nilai korelasi harga sebesar 0.316, korelasi produk sebesar 0.449, dan korelasi promosi sebesar 0.451 sehingga hubungan antara harga, produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian termaksud dalam kategori kuat. Nilai persamaan regresi linear gandanya adalah  $Y = 0.328 + 0.312 X_1 + 0.344 X_2 + 0.195 X_3$ . Sedangkan nilai koefisien arah dinyatakan positif, sehingga apabila harga, produk, dan promosi naik, maka keputusan pembelian meningkat sebesar satuan unit. Nilai anova menyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya harga, produk, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0.307 atau 30.7% terhadap keputusan pembelian pada taraf signifikan  $\alpha < 0.05$ . Sedangkan sisanya 69.3% merupakan hal lain yang tidak diteliti oleh penulis

Masalah yang terjadi adalah untuk mengetahui sejauh mana : (1) bagaimana harga jajanan tradisional Ali Agrem memengaruhi keputusan pembelian Generasi Milenial di kota Bandung Jawa Barat, (2) bagaimana produk jajanan tradisional Ali Agrem memengaruhi keputusan pembelian Generasi Milenial di kota Bandung Jawa Barat, (3) bagaimana promosi jajanan tradisional Ali Agrem memengaruhi keputusan pembelian Generasi Milenial di kota Bandung Jawa Barat

**Kata Kunci : bauran pemasaran, keputusan pembelian, generasi milenial**

Tiara Ratnakandi Dewi, 2020

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI JAJANAN TRADISIONAL ALI AGREM TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

# **THE INFLUENCE OF PRICES, PRODUCTS, AND PROMOTIONS OF ALI AGREM TRADITIONAL SNACKS ON MILENNIAL GENERATION PURCASING DECISIONS IN THE CITY OF BANDUNG**

TIARA RATNAKANDI DEWI  
1601560

## **Abstract**

This study aims to determine how much influence the price, products and promotions of traditional Ali Agrem snacks on purchasing decisions especially in the age group of 15 to 21 years in the city of Bandung.

The research method used in this study is a quantitative method. Data collection techniques used are primary data. The data analyzed is a questionnaire about. Data processing methods in this study used the Normality Test, Simple Linear Regression Test, Pearson Product Moment Correlation Test, Determination Coefficient Test and T-Test. While the tools used to process data are SPSS version 25 software.

The results of this study were obtained from a price correlation value of 0.316, a product correlation of 0.449, and a correlation correlation of 0.451 so that the relationship between prices, products, and promotions to the purchase decision meant in the strong category. The value of the double linear regression equation is  $Y = 0.328 + 0.312 X_1 + 0.344 X_2 + 0.195 X_3$ . While the value of the directional coefficient is positive, so if prices, products, and promotions increase, the purchasing decision increases by units. Anova value states that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, meaning that price, product, and promotion have a significant effect on purchasing decisions. The coefficient of determination is 0.307 or 30.7% of the purchase decision at a significant level  $\alpha < 0.05$ . While the remaining 69.3% is another matter not examined by the author

The problem that occurs is fatherly knowing where: (1) how the price of traditional Ali Agrem snacks influences millennial generation purchasing decisions in the city of Bandung West Java, (2) how the traditional Ali Agrem snacks influences millennial generation purchasing decisions in the city of Bandung West Java, ( 3) how the promotion of Ali Agrem traditional snacks influences millennial generation purchasing decisions in the city of Bandung, West Java

**Keywords: marketing mix, purchasing decisions, millennial generation**

Tiara Ratnakandi Dewi, 2020

*PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI JAJANAN TRADISIONAL ALI AGREM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI MILENNIAL DI KOTA BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	
LEMBAR HAK CIPTA.....	
LEMBAR PERNYATAAN.....	
KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teoritis .....	8
2.1.1 Pengertian Pariwisata .....	8
2.1.2 Generasi Milenial .....	10
2.1.3 Gastronomi .....	12
2.1.4 Jajanan Tradisional .....	14
2.1.5 Bauran Pemasaran .....	15
2.1.5.1 Harga .....	18
2.1.5.2 Produk .....	21
2.1.5.3 Promosi .....	22
2.1.6 Keputusan Pembelian .....	23
2.1.7 Definisi Ali Agrem .....	24
2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
2.3 Kerangka Pemikiran .....	28
2.4 Hipotesis .....	28

<b>BAB 3 OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Objek dan Subjek Penelitian .....	29
3.2 Metode Penelitian .....	29
3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian .....	29
3.3 Operasional Variabel .....	30
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	33
3.4.1 Populasi .....	33
3.4.2 Sampel .....	33
3.4.3 Teknik Sampling .....	34
3.5 Alat Ukur dan Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.6 Teknik Analisis Data .....	36
3.6.1 Uji Validitas .....	36
3.6.2 Uji Realibilitas .....	37
3.6.3 Analisis Asosiatif Hubungan Kausal .....	38
3.7 Pembakuan Instrumen Penelitian.....	42
3.7.1 Uji Validitas Data.....	43
3.7.2 Uji Realibilitas Data.....	44
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1 Deskripsi Kota Bandung .....	46
4.2 Karakteristik Responden.....	48
4.3 Uji Normalitas.....	51
4.4 Uji Multikolinearitas.....	52
4.5 Uji Koefisien Korelasi PPM ( <i>Pearson Product Moment</i> ).....	53
4.6 Analisis Linear Ganda.....	54
4.7 Uji Hipotesis.....	56
4.8 Uji Hipotesis Simultan .....	57
4.9 Uji Koefisien Determinasi .....	58
4.10 Pembahasan.....	59
<b>BAB 5 PENUTUP .....</b>	<b>63</b>
5.1 Simpulan .....	63
5.2 Keterbatasan Peneliti .....	64

5.3 Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>103</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Provinsi Jawa Barat Tahun 2015-2019 .....	1
Tabel 1.2	Hasil Pra Penelitian .....	5
Tabel 2.1	Kandungan Gizi Ali Agrem .....	25
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1	Operasional Variabel .....	30
Tabel 3.2	Alternatif Jawaban Kuisisioner .....	35
Tabel 3.3	Interpelasi Koefisien Korelasi Nilai $r$ .....	39
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 3.5	Hasil Uji Realibilitas.....	45
Tabel 4.1	Hasil Uji Normalitas Data.....	52
Tabel 4.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.3	Hasil Uji Correlations.....	53
Tabel 4.4	Hasil Uji Coefficients.....	54
Tabel 4.5	Hsil Uji Hipotesis.....	56
Tabel 4.6	Hasil Uji Anova.....	58
Tabel 4.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	58
Tabel 4.8	Hasil Kusisioner Produk.....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Pie Pra Penelitian.....	5
Gambar 4.1	Proyeksi Penduduk Menurut Kelompok Usia dan Jenis Kelamin Di Kota Bandung 2019.....	47
Gambar 4.2	Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Gambar 4.3	Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Gambar 4.4	Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Uang Saku Perminggu.....	49
Gambar 4.5	Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Gambar 4.6	Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan tentang jajanan tradisional Ali Agrem.....	51

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Adam, A. (2017), Retrieved from <https://tirto.id/selamat-tinggal-generasi-milenial-selamat-datang-generasi-z-cnzX>
- Agus Purwanto, Erwan dan Dyah Ratih Sulistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif, Untuk Administrasi Publik, dan Masalah-masalah Sosial*, 2007, Gaya Media Jogjakarta
- Alamsyah, Yuyun. (2006). *Warisan kuliner nusantara kue basah dan jajan pasar*. Di akses dari <http://digilib.its.ac.id/public/ITS-Undergraduate-18945-chapter1pdf.pdf>
- Alfabeta.
- Alma, B. (2007). *Manajemen pemasaran & pemasaran jasa*. Bandung : Alfabeta.bi
- Alma, B. (2011). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andayani, S. wahyu. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Mengonsumsi Makanan Tradisional. *Skripsi*, 65–71.
- Anonim. 2002. *Memilih Makanan dan Jajanan yang Sehat*. Balitbang Depdiknas dan Lembaga Penelitian IPB. Bogor
- Arini, Kiki Rindy, dkk (2015) *Pengaruh Kemampuan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Perkebunan Nusantara X (Pabrik Gula) Djombang Baru*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 22 No. 1 Mei 2015. [admisnistrasibisnis.studentjournal.ub.co.id](http://admisnistrasibisnis.studentjournal.ub.co.id)
- Atmaja dan Adiwinata (2013). “*Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kopitiam Oey Surabaya*”. Surabaya: *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* Vol. 1, No. 2, 2013
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (2019) <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2019/08/29/235/proyeksi-penduduk-di-kota-bandung-2018.html>

- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (2019).  
<https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2019/08/29/235/proyeksi-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-bandung-2019.html>
- Basu Swastha dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2, Penerbit Liberty, Yogyakarta ..... 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua Cetakan Kedua, Penerbit: Liberty, Yogyakarta
- Basu Swastha.2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty .....2006.*Azaz-azas Marketing*, Edisi ketiga, Penerbit Liberty, Yogyakarta
- C.V. Good dan D. E. Scates, *Methods of Research*, London: Appleton-CenturyCrofts, Inc. (1954).
- Condoso Gomes, Faustinus. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: ANDIDefinisi Ali Agrem (2010).  
<http://bandungholics.blogspot.com/2010/12/ali-agrem.html>
- DJAKARTA, D. I. (2012). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian. In *Universitas Diponegoro*.
- Endah, Sri. (2013). *Potensi wisata makanan (food tourism)*. Di akses dari  
[http://endah-parwis-fisip.web.unair.ac.id/artikel\\_detail-70449-Artikel-Potensi%20Wisata%20Makanan%20%28food%20tourism%29.html](http://endah-parwis-fisip.web.unair.ac.id/artikel_detail-70449-Artikel-Potensi%20Wisata%20Makanan%20%28food%20tourism%29.html)
- Engel. James.F.Roger. D.Black Well And Paul.W.Miniard, 1995.,*Perilaku Konsumen*.Jakarta.Bina Rupa Aksara.Hal. 3.
- Ernawati, M. N. (2010). *Tingkat Kesenjangan Desa Tihingan-Klungklung, Bali sebagai tempat wisata berbasis Masyarakat. Jurnal-Analisis-Pariwisata-*. Tersedia: <http-www.tourismconsumption.org>. [16 November 2015]
- Fandy Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta. ....2000. *Manajemen jasa*, Edisi Pertama. Andi offset, Yogyakarta 99 .....2002.*Manajemen Jasa*, Edisi II. Cetakan ketiga, Penerbit

Andi Offset, Yogyakarta .....2006, Manajemen Pelayanan Jasa,  
Penerbit Andi, Yogyakarta

Gamal Suwanto, 2002, Dasar-Dasar Pariwisata, Yogyakarta: Andi.

Ghazali, Yahya Asy'ari. (2012). *Kontribusi pemerintah dan masyarakat dalam pelestarian kebudayaan*. Di akses dari <http://yahyadfirst683.blogspot.com/2012/03/kontribusi-pemerintah-dan-masyarakat.html>

Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Graeme Codrington and Sue Grant-Marshall, Penguin, Updated edition 2011 (originally 2004): *Understanding Different Generations: Own Your Past, Know Your Generation, Choose Your Future* ISBN: 978-0143528418 | ASIN: B009TRAAAA

Gujarati, N, Damodar. 2012. *Dasar-dasar Ekonometrika (Terjemahan)*. Buku2. Edisi 5. Penerbit Salemba: Jakarta.

Gultom, A. C. (1995). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WISATAWAN MENGKONSUMSI MAKANAN TRADISIONAL DI RESTORAN KECAMATAN SIMANINDO KABUPATEN SAMOSIR Ade Ch Gultom. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*, 50–53.

Hartati, Astika. (2012). *Industri pariwisata dan pelestarian budaya daerah*. Di akses dari <http://zlitbibee.blogspot.com/2012/03/industry-pariwisata-dan-pelestarian.html>

Heizer, J dan Render, B. (2006) *Manajaemen Operasi, edisi 7*. Jakarta : Salemba Empat

Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung

Iii, B. A. B., and Metodologi Penelitian. 2018. "Reverensi E." 45–67.

John, D. (2018, Juli 13). SILABUS.web.id. Retrieved from Teori Generasi Z: <https://www.silabus.web.id/generasi-z-berdasarkan-teori-generasi/>

Keller, L. 1993. *How to manage brand equity*. Jakarta: GRamedia Pustaka

Tiara Ratnakandi Dewi, 2020

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI JAJANAN TRADISIONAL ALI AGREM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI MILENIAL DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu



- Kementrian Pariwisata Republik Indonesia. (2016). Diakses melalui <http://www.kemenpar.go.id/asp/ringkasan.asp?c=110>.
- Kementrian Pariwisata Republik Indonesia. (2017). Diakses melalui <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2732>
- Kerlinger, F. N. (1973). *Founding Of Behavior Research*, Holt. Rinchart and Winston Inc. New York.
- Ketaren, Indra. (2014). *Gastronomi Indonesia masakan tradisional sebagai jati diri bangsa*. Di akses dari [http://gastroina.blogspot.com/2014/08/masakan-tradisional-sebagai-jati-diri\\_7.html](http://gastroina.blogspot.com/2014/08/masakan-tradisional-sebagai-jati-diri_7.html)
- Kostof, Spiro, (1991), *The City Shapped: urban pattern and meanings throught history*. London: A Bulfinch Press Book
- Kotler P., dan G. Amstrong. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jilid 2, Edisi 13. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler P., dan G. Amstrong. (2010). *Principles of marketing*. 13 Edition. New Jersey
- Kotler P., dan G. Amstrong. (2011). *Principles of marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler P., dan G. Amstrong. (2012). *Principles of marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler P., dan G. Amstrong. (2013). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, P. (2005). *Manajamen pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Kotler, P. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen pemasaran di Indonesia: analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, P., dan K. L. Keller. (2003). *Manajemen pemasaran* edisi 12, Cetakan III. (Benyamin Molan). Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Kotler, Philip, 2000, Manajemen Pemasaran, PT. Prenhallindo, Jakarta.  
 .....2001. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jakarta : PT. Prehallindo 100  
 .....2003. Manajemen Pemasaran. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia .....2004. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi dan Kontrol, Edisi Sebelas. Alih Bahasa, Hendra Teguh. Jakarta: Penerbit PT. Prehallindo  
 .....2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia .....2007. Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran, jilid 2, edisi ke-8, Penerbit Erlangga, Jakarta .....2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kuncoro, M. (2003). *Metode riset untuk bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2005). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks. (2013). *Mudah memahami dan menganalisis indikator ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kunto, Haryoto. (1986). *Semerbak Bunga di Bandung Raya*. Bandung: PT. Granesia
- Kupperschmidt, B. R. (2000). Multigeneration employees: Strategies for effective management. *Health Care Manager*, 19 (1), 65-76
- Kurt, A. & Oktay, A. B., 2010. Forecasting air pollutant indicator levels with geographic models 3 days in advance using neural networks. *Expert Systems with Applications*, 37(12), pp. 7986-7992.
- Lamb, Hair, McDaniel. 2001. *Pemasaran. Buku 1*. PT. Salemba Emban Raya, Jakarta
- Lembang, R. D. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 69.

- Marcelina, J., & B. B. T. (2016). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Guest House Di Surabaya. *Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia.*
- Marwanti. 2000. *Pengetahuan Masakan Indonesia.* Yogyakarta: Adicita Karya.
- Robert W. 2004. *Fool Proof Marketing.* Jakarta: Erlangga.
- Mia, 2008, Aneka Jajanan Pasar, [www.banjarmasinpost.co.id](http://www.banjarmasinpost.co.id), 07 Februari 2008
- Monks, et al. (2002). Psikologi Perkembangan: pengantar dalam berbagai bagiannya, edis ke empat belas. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Musanef (1995) Manajemen Pariwisata di Indonesia. Jakarta, Gunung Harta.
- Pendit, NS. (1994) Ilmu Pariwisata. Jakarta, Pradaya Paramita.
- Pengertian pariwisata (2015). <http://23tourism.blogspot.com/2015/01/definisi-pariwisata.html>
- Putra, Y. S. (2016). Teori Perbedaan Generasi. *Theoretical Review*, Vol.9 No. 18
- Rinto Habsari. (2010). "Info Boga Jakarta". Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santich, B (2004) The Study of Gastronomy and its Relevance to hospitality education and training *International Journal of Hospitality Management*. 22(1).
- Santoso, S. O., Janeta, A., & Kristanti, M. (n.d.). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN MAKANAN PADA REMAJA DI SURABAYA.* 19–32.
- Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS.* Cetakan Pertama, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, PT Gramedia, Jakarta.
- Siti Fatonah. 2005. *Proceding Seminar Nasional Membangun Cipta Makanan Tradisional.* Semarang: Graha Cendika.
- Slameto. 2003. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Stanton, Willaman J, 1984. Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh. Hal. 7.

- Sugiyono (2008) Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono (2009) Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Supranto dan Nandan Limakrisna. 2011. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kedua, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat
- Taqwani, D. M. (2012). Analisis Kebudayaan Gastronomi dan Tindak Tutur Dalam Kajian Pragmatik Pada Film Ratatouille. Hasil penelitian UPI, Bandung
- Turgarini, D and A. Soeroso. (2014). The development of traditional Indonesia gastronomy. Paper presented in 3rd International Congress UNITWIN Network UNESCO CHAIR "Culture, Tourism, Development". Tourism and Gastronomy Heritage: Foodscapes, Gastroregions and Gastronomy Tourism in Universitas de Barcelona, Barcelona, Catalonia, Spanyol, 16-20 June 2014.
- Turgarini, D. (2013). The Potential Food in Sundanese Tribe Ceremony as Tourism Attractions. International Seminar of Gastronomy in Universitas Pendidikan Indonesia. \_\_\_\_\_ . (2014). Inventory traditional gastronomy philosophy as data base of tourism. International Seminar On Tourism. Paper presented in Universitas Pendidikan Indonesia, 27-28 October 2014. \_\_\_\_\_ . (2015). Resonansi ICA BPD Jabar dalam coaching clinic 30 dikti.

<http://icajabar.com/resonasi-ica-bpd-jabar-dalam-coaching-clinic-30-dikti/>

Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. 16 Januari 2009. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 11. Jakarta.

Winardi. 1992. Manajemen Perilaku Organisasi. Bandung: Citra Aditya Bakti

Yulianti, U. (2011). Faktor -faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian makanan jajan tradisional di Kota Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(1), 7–20.

<https://doi.org/10.22219/JMBUMM.VOL1.NO1.7-20>

Zeithaml, V. A., Mary Jo Bitner, & Gremler, D. D. (2009). *Service Marketing*. Boston: The MC Graw-Hill Companies, Inc