

**PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MENU MAKANAN
KATEGORI “DOG” DI CAFÉ EAT BANOFFEE CILEGON MELALUI
SUGGESTIVE SELLING**

SKRIPSI

Diajukan sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar S.Par



Oleh :

Alya Natasha Citra 1704151

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

ALYA NATASHA CITRA

PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MENU MAKANAN KATEGORI “DOG” DI
CAFÉ EAT BANOFFEE CILEGON MELALUI SUGGESTIVE SELLING

Disetujui dan di sahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. Dewi Turgarini, SS., MM. Par.

NIP. 197003202008122001

Pembimbing II



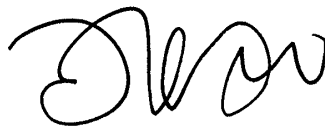
Ilham Fajri MM. Par

2018.1.040388.053

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, SS., MM. Par.

NIP. 197003202008122001

LEMBAR HAK CIPTA

**Peningkatan Volume Penjualan Menu Makanan Kategori
“Dog” di *café Eat Banoffee Cilegon* Melalui *Suggestive Selling***

Oleh

Alya Natasha Citra

1704151

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

Alya Natasha Citra
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 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 menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Peningkatan Volume Penjualan Menu Makanan Kategori “Dog” di *café Eat Banoffee Cilegon* Melalui *Suggestive Selling*” ini sepenuhnya karya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Cilegon, Agustus 2020

Yang membuat pernyataan



Alya Natasha Citra

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Peningkatan Volume Penjualan Menu Makanan Kategori “Dog” di *café Eat Banoffee Cilegon Melalui Suggestive Selling*”.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu untuk mendapatkan gelar Sarjana Pariwisata (S.Par) pada program Pendidikan Strata-1 di Program Studi Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.

Hambatan serta kesulitan yang dihadapi dalam penyusunan skripsi ini merupakan sebuah tantangan yang akan bermanfaat di kemudian hari bagi penulis, selain sebagai salah satu kewajiban yang harus dipenuhi dalam menyelesaikan Pendidikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna baik dari segi bahasa, penggunaan kata, maupun penyajian data. Maka penulis dengan berbesar hati menerima saran maupun kritik yang bersifat membangun.

Semoga skripsi ini mampu menambah wawasan bagi pembaca maupun penulis khususnya dalam ilmu di bidang kepariwisataan.

Cilegon, Agustus 2021



Alya Natasha Citra

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang memberikan kekuatan dan kesehatan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini;
2. Rasulullah SAW, Nabi akhir zaman yang membawa rahmat dan hidayah;
3. Bapak Sunarto dan Ibu Siti Isminah selaku orang tua dari peneliti yang tak henti memberikan semangat, dan mendo'akan kelancaran peneliti selama kuliah hingga rampungnya pengerjaan skripsi ini;
4. Shinta Ayu Ariescha, selaku kakak dari peneliti yang selalu memberikan motivasi dan inspirasi kepada peneliti;
5. Muhammad Naufal Alfermanda, selaku adik dari peneliti yang selalu memberi semangat kepada peneliti;
6. Prof. Dr. M. Solehuddin M.Pd., MA, selaku rektor Universitas Pendidikan Indonesia;
7. Dr. Agus Mulyana, M.Hum., selaku dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial;
8. Dr. Dewi Turgarini, S.S, MM.Par selaku ketua prodi Manajemen Industri Katering sekaligus dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dan memberi arahan kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini;
9. Ilham Fajri selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing, menuntun peneliti dalam mengerjakan skripsi dari awal hingga akhir;
10. Seluruh staff administrasi Program Studi Manajemen Industri Katering UPI;
11. Teman-teman mahasiswa program studi Manajemen Industri Katering UPI 2017 yang saling merangkul dan memberikan semangat ketika peneliti mengalami kesulitan selama proses perkuliahan;

ABSTRAK

Alya Natasha Citra, 1704151. Peningkatan Volume Penjualan Menu Makanan Kategori “Dog” di *café Eat Banoffee Cilegon* Melalui *Suggestive Selling*, dibawah bimbingan Dr.Dewi Turgarini.SS.,MM. Par. Dan Ilham Fajri MM.Par.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan menurunnya volume penjualan menu makanan di *Café Eat Banoffee*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh kualitas menu makanan dan penerapan *suggestive selling* untuk menu kategori *dog* sehingga dapat meningkatkan volume penjualannya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode verifikatif dengan analisis deskriptif. Data primer yang digunakan adalah data penjualan menu makanan di *Café Eat Banoffee Cilegon* periode Juli – Desember 2020. Metode analisis data menggunakan analisis korelasi dan regresi untuk melihat tingkat pengaruh dari variabel-variabel yang diteliti.

Berdasarkan hasil perhitungan terdapat 35% atau 5 item menu dengan kategori *dog*. Setelah dilakukan *suggestive selling* pada menu kategori *dog* pada bulan Juni-Juli 2021 mengalami kenaikan penjualan menu sebesar 31,8% . dengan hasil akhir kualitas menu dan *suggestive selling* berpengaruh terhadap volume penjualan.

Kata Kunci: Kualitas Menu, *Suggestive Selling*, Volume Penjualan

ABSTRACT

Alya Natasha Citra, 1704151. Increasing Volume of Food Menu Sales in the “Dog” Category at Eat Banoffee Cilegon Café through Suggestive Selling, under the guidance of Dr.Dewi Turgarini.SS.,MM. Par. Dan Ilham Fajri MM.Par.

This research is motivated by the declining sales volume of food menus at Café Eat Banoffee. The purpose of this study was to see the effect of the quality of the food menu and the application of suggestive selling for the dog category menu so as to increase the sales volume.

The type of research used is the type of quantitative research. While the research method used is the verification method with descriptive analysis. The primary data used is food menu sales data at Café Eat Banoffee Cilegon for the period July – December 2020. The data analysis method uses correlation and regression analysis to see the level of influence of the variables studied.

Based on the calculation results, there are 35% or 5 menu items in the dog category. After suggestive selling on the dog category menu in June-July 2021, menu sales increased by 31.8%. with the final result menu quality and suggestive selling affect sales volume.

Keywords: Menu Quality, Suggestive Selling, Sales Volume

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR HAK CIPTA.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Pariwisata.....	9
2.1.1.1 Sarana dan Prasarana Pariwisata.....	9
2.1.1.2 Usaha Industri Pariwisata.....	11
2.1.2 Restoran	13
2.1.2.1 <i>Café</i> /Kafe	16
2.1.3 Menu dan Kualitas Makanan.....	17
2.1.3.1 Jenis-Jenis Menu	18
2.1.3.2 Kualitas Makanan (Produk)	21
2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Makanan	22
2.1.4 Penjualan	23
2.1.4.1 Pengertian Penjualan.....	23
2.1.4.2 Pengertian Volume Penjualan	24
2.1.4.3 Tujuan Penjualan.....	25

2.1.4.5	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	26
2.1.5	Pengertian <i>Menu Engineering</i>	27
2.1.5.1	Kategori <i>Menu Engineering</i>	28
2.1.6	<i>Suggestive Selling</i>	30
2.1.6.1	<i>Suggestive Selling</i>	30
2.2	Penelitian Terdahulu	31
2.3	Kerangka Pemikiran.....	35
2.4	Hipotesis.....	36

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	37
3.1.1	Struktur Organisasi Café Eat Banoffee Cilegon.....	38
3.2	Metode Penelitian	38
3.3	Operasional Variabel	39
3.4	Populasi dan Sampel.....	43
3.4.1	Populasi	43
3.4.2	Sampel	43
3.4.3	Teknik Sampling.....	44
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6	Teknik Analisis Data.....	46
3.6.1	Metode <i>Menu Engineering</i>	46
3.6.2	Analisis Metode Pendekatan Keluar Menggunakan Kuesioner	48
3.7	Rancangan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	49
3.7.1	Uji Validitas.....	49
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	53
3.8	Analisis Korelasi.....	52
3.9	Pengujian Hipotesis	56
3.9.1	Uji t.....	56
3.9.2	Uji F.....	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1	Profil Café Eat Banoffee Cilegon.....	58
4.1.2	Struktur Organisasi Café Eat Banoffee Cilegon.....	58

4.2	Gambaran Umum Karakteristik Responden	59
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	62
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal.....	63
4.3	Gambaran Umum Variabel Penelitian	64
4.3.1	Data Tanggapan Responden Terhadap Menu Makanan.....	64
4.3.2	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Menu Makanan	70
4.3.3	Data Tanggapan Responden Terhadap <i>Suggestive Selling</i>	72
4.3.4	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Suggestive Selling</i> .	75
4.3.5	Data Variabel Volume Penjualan	78
4.4	Hasil Analisis Data	80
4.4.1	Uji Normalitas	80
4.4.2	Uji Korelasi.....	81
4.4.3	Uji Regresi.....	82
4.5	Uji Hipotesis	83
4.5.1	Uji t.....	83
4.5.2	Uji F	84
4.6	Implikasi Hasil	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA.....		88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Distribusi Pengeluaran Wisatawan Mancanegara	3
Gambar 2.1 Matriks <i>Menu Engineering</i>	30
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 3.1 Logo <i>Eat Banoffee</i> Cilegon.....	37
Gambar 3.2 Struktur Organisasi <i>Eat Banoffee</i> Cilegon	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Café Eat Banoffee Cilegon	58
Gambar 4.2 Infografis Karakteristik Responden	64
Gambar 4.3 Garis Kontinum Variabel Kualitas Makanan.....	71
Gambar 4.4 Infografis Tanggapan Konsumen Terhadap Menu Makanan.....	72
Gambar 4.5 Garis Kontinum Variabel <i>Suggestive Selling</i>	77
Gambar 4.6 Infografis Tanggapan Responden Terhadap <i>Suggestive Selling</i>	78
Gambar 4.7 Infografis Peningkatan Volume Penjualan.....	80
Gambar 4.8 Infografis Implikasi Hasil.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara	1
Tabel 1.2 Data Jumlah Wisatawan Mancanegara	2
Tabel 1.3 Data Kunjungan Wisatawan di Kota Cilegon	3
Tabel 1.4 Jumlah Restoran, Rumah Makan, Cafe Kota Cilegon	4
Tabel 1.5 Data Penjualan Eat Banoffee Cilegon.....	5
Tabel 1.6 Rekapitulasi Kategori Menu Café Eat Banoffee Cilegon.....	6
Tabel 2.1 Kategori <i>Menu Engineering</i>	29
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.2 Tabel Pengisian Angka <i>Menu Engineering</i>	46
Tabel 3.3 Pengklasifikasian Menu	47
Tabel 3.4 Pedoman Untuk Intrepretasi.....	48
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel X1	50
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel X2	52
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	55
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan	62
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Daerah Asal	63
Tabel 4.6 Menu <i>Dog</i> di Café Eat Banoffee Cilegon	65
Tabel 4.7 Data Tanggapan Responden Terhadap Menu Makanan	66
Tabel 4.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Menu Makanan.....	70
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Suggestive Selling</i>	73
Tabel 4.10 Rekapitulasi Responden Terhadap Variabel <i>Suggestive Selling</i>	76
Tabel 4.11 Penjualan Menu Kategori <i>Dog</i> Sebelum <i>Suggestive Selling</i>	78
Tabel 4.12 Penjualan Meni <i>Dog</i> Setelah <i>Suggestive Selling</i>	79
Tabel 4.13 Presentase Volume Penjualan	79
Tabel 4.14 <i>Output</i> Uji Normalitas.....	80
Tabel 4.15 <i>Output</i> Uji Korelasi.....	81

Alya Natasha Citra, 2022

PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MENU MAKANAN KATEGORI “DOG” DI CAFÉ EAT BANOFFEE CILEGON MELALUI SUGGESTIVE SELLING

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

Tabel 4.16 <i>Output</i> Besarnya Pengaruh.....	82
Tabel 4.17 <i>Output</i> Uji t	83
Tabel 4.18 <i>Output</i> Uji F	

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Andrew, S. (2009). *Food & Beverage Service: A Training Manual*. New Delhi: Tata McGraw-Hill.
- Andrew, S. (2010). *Food & Beverage Service: A Training Manual*. New Delhi: Tata McGraw-Hill.
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asri, M. (2009). *Marketing* (Edisi 3). Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Assauri, S. (2011). *Strategic Management, Sustainable Competitive Advantage*. Jakarta: Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Kebangsaan (Orang), 2018-2019. Retrieved April 26, 2021, from <https://www.bps.go.id/indicator/16/1821/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-menurut-kebangsaan.html>
- Bagyono. (2012). *Pariwisata dan Perhotelan*. Bandung: Alfabeta.
- BPS Kota Cilegon. (2021). *Produk Domestik Regional Bruto Kota Cilegon Menurut Lapangan Usaha*. Cilegon: CV. Teladan.
- Budiningsih, A. (2009). *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2013). *Metode penelitian sosial & ekonomi: format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta: PUSBAR UGM & ANDI YOGYAKARTA.

Dharmmessta, Swastha, B., & Handoko, T. H. (2012). *Manajemen Pemasaran*

Alya Natasha Citra, 2022

PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MENU MAKANAN KATEGORI "DOG" DI CAFÉ EAT BANOFFEE CILEGON MELALUI SUGGESTIVE SELLING

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

- Analisis Perilaku Koonsumen* (Edisi 1). Yogyakarta: BPFE.
- Dharmmesta, B. S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Diana, Y. (2020). Menu Engineering Sebagai Langkah Penetapan Produk Makanan Di Restoran Onang-Onang Pada Inna Parapat Hotel. *JUMANT*, 12(1).
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. (2019). Data Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik. *Statistik.Bantenprov.Go.Id*. Retrieved from <https://statistik.bantenprov.go.id/ekonomi/pariwisata> Data
- Ebster, C., Wagner, U., & Valis, S. (2005). The effect of advertising on sales. In *34th EMAC Conference*. Milan.
- Essinger, & Wylie. (2008). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus pada bakso lapangan tembak)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Husaini, U., & Akbar, P. S. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Indrayana, I. B. (2006). *Desain Interior Restoran Arma di Ubud Bali*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Iskandar, M. (2010). *Teori Pengolahan Makanan*. Jakarta: Rasindo.
- Ismayanti. (2010a). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- Ismayanti. (2010b). *Pengantar Pariwisata* (PT. Grasin). Jakarta.
- Kasavana. M. L. & Smith, D. 1. (1985). *Menu Engineering: A practical guide to menu analysis*. Lansing: Hospitality Publishers.
- Knight, J.B., Kotschevor, L. (2000). *Quality Food Production Planning and Management*. Canada: Simultaneously.
- Kotler, & Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip- Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip. (2004). *Marketing Management, The Millenium Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kustiawan. (2009). Analisis Food and Beverages Costing Pada Tomo Ramen Restaurant dengan Pendekatan Matriks. *Jurnal Fakultas Ekonomi*.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & Carl, M. (2001). *01. Pemasaran . Buku 2. Jakarta: Salemba Empat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Margaretha, S., & Edwin, J. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image terhadap Keputusan Pembeli Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Marsum, A. . (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.
- Miller, J. E., Hayes, D. K., & Dopson, L. R. (2002). *Food and Beverage Cost Control - Second Edition*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Muhammad, S. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Muljadi, A. J. (2010). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Muljadi A.J. (2010). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ninemeier, J. D. (2009). *Planning and Control for Food & Beverage Operation*. Orlando: American Hotel & Lodging Educational Institute.
- Ninemeier, J. D., Hayes, D. K., & Hall, P. P. (2010). *Procurement of Hospitality Resources*. Ohio: Prentice Hall.
- Ojugo, C. (2009). *Practical Food and Beverage Cost Control*. Delmar Cengage Learning.
- Oktaviani, S., Sudono, A., & Sukirman, O. (2008). Analisis Menu Engineering Pada Menu A ' la Carte di Grand Pasundan Convention Hotel Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Suggestive Selling. *Jurnal*

Gastronomi Wisata, 4(2).

- Pakpahan, E. (2009). *Volume Penjualan*. Jakarta: PT Bina Intitama Sejahtera.
- Pakpahan, E. (2013). Pengertian Volume Penjualan. Retrieved April 27, 2021, from <http://educationsciencee.blogspot.com>
- Pangestika, N. (2018). *Studi Aplikatif Peningkatan Penjualan Menu Kategori Puzzle dan Plowhorse melalui Suggestive Selling di 56 Degrees Bandung*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rahayu, R. P. (2013). *Strategi peningkatan volume penjualan menu makanan di restoran newton hotel melalui suggestive selling*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rakhmat, J. (2000). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rayburn, L. G. (1996). *Cost Accounting : Using A Cost Management Approach*. London: Penerbit Times Mirror Higher Education Group.
- Suarthana. (2006). *Manajemen Perhotelan*. Kuta Utara: Mapindo.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality and Satisfaction* (3th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Utama, I. G. B. R. (2016). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

UUD RI No. 10. (2009). UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 10.TAHUN 2009 TENTANG KEPARIWISATAAN. In
LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA NOMOR 4966.

UUD RI No. 23. (2000). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun
2000 Tentang Pembentukan Propinsi Banten. In *LEMBARAN NEGARA
REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2000 NOMOR 182.* Jakarta: SEKRETARIS
NEGARA REPUBLIK INDONESIA.

Winardi. (2011). *Kepemimpinan dalam Manajemen.* Jakarta: PT Rineka Cipta.

Wiyasha, I. (2010). *Akuntansi Perhotelan.* Yogyakarta: Andi Offset.

Wiyasha, I. B. M. (2011). *F and B cost control untuk hotel dan restoran.* Yogyakarta:
C.V. Andi Offset.