



ANALISIS PENGARUH VARIASI MENU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI VERANDAH RESTAURANT EASTPARC HOTEL YOGYAKARTA

Patricia Ayudia Agriffina Br Sembiring, Roels Ni Made Sri Puspawati

Program Studi Hospitality & Pariwisata, Universitas Bunda Mulia, Indonesia

Email: patriciaayudia@gmail.com, roelspuspa16@gmail.com

ABSTRAK

Kata kunci:
variasi menu;
keputusan
pembelian;
pelanggan;
restoran

Latar Belakang: Sekarang ini pariwisata termasuk dalam salah satu bisnis yang dilirik oleh orang-orang karena memiliki peluang besar. Industri pariwisata memiliki peranan cukup penting dalam membuka lapangan pekerjaan dalam suatu wilayah, dan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut sehingga dapat berkembang. Salah satunya yaitu adalah Eastparc Hotel Yogyakarta.

Tujuan: untuk mengetahui apakah variasi menu memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan di Verandah Restaurant, Eastparc Hotel Yogyakarta.

Metode: Metode di dalam penelitian deskriptif kuantitatif dengan korelasi. Data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan *google form* kepada 100 responden. Hasil kuesioner kemudian diolah dengan alat bantu berupa SPSS versi 25.

Hasil: Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan uji Koefisien Determinasi Variasi Menu dapat menjelaskan 82,3% variabel Keputusan Pembelian, sedangkan 17,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Berdasarkan uji regresi linear sederhana, koefisien regresi X menunjukkan angka 0,727 oleh karena itu setiap penambahan 1% pada variasi menu maka keputusan pembelian akan bertambah 0,727.

Kesimpulan: Melalui hasil uji T dapat dilihat bahwa variabel variasi menu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

ABSTRACT

Keywords:
menu variations;
purchasing
decisions;
customer;
restaurant

Background: Nowadays tourism is included in one of the businesses that people look at because it has great opportunities. The tourism industry has an important role in opening jobs in a region, and can encourage economic growth in the region so that it can develop. One of them is Eastparc Hotel Yogyakarta

Purpose: *knowing whether menu variations have an influence on customer purchasing decisions at Verandah Restaurant, Eastparc Hotel Yogyakarta.*

Methods: *The researchers was conducted this research by using descriptive quantitative research methods with correlation. Data obtained from the results of distributing questionnaires conducted online by using google form to 100 respondents. The results of the questionnaire were then processed with a tool in the form of SPSS version 25.*

Results: *The results of the questionnaire were processed using a tool in the form of SPSS version 25. The results showed that based on the Coefficient of Determination of Menu variations can explain 82.3% of the purchasing decision variables, while other 17.7% are influenced by other factors not explained in this study. Based on a simple linear regression test, the regression coefficient X shows the number 0.727.*

Conclusion: *Through the results of the T test it can be seen that the variable menu variation has a significant effect on purchasing decisions.*

PENDAHULUAN

Sekarang ini pariwisata termasuk dalam salah satu bisnis yang dilirik oleh orang-orang karena memiliki peluang besar (Pratiwi, 2019). Pariwisata sendiri memiliki kaitan yang erat dengan sektor hospitality atau perhotelan. Hospitality tidak hanya bisnis yang hanya menjual kamar, makanan dan fasilitas saja namun juga menjual jasa pelayanan dari para kepekerjanya (hotelier) untuk memberikan pelayanan kepada tamu dengan keramahan (Hermawan et al., 2018; Krestanto, 2019)

Industri pariwisata memiliki peranan cukup penting dalam membuka lapangan pekerjaan dalam suatu wilayah, dan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut sehingga dapat berkembang (Yakup, 2019). Salah satunya yaitu adalah Eastparc Hotel Yogyakarta yang merupakan hotel keluarga berbintang 5 yang ramah anak di Yogyakarta. Eastparc Hotel Yogyakarta memiliki fasilitas restoran bernama Verandah Restaurant (Ardhani, 2016). Restoran tersebut merupakan fasilitas untuk menambah pemasukan dengan cara menjual berbagai macam menu a la carte dengan menawarkan pilihan makanan lokal dan internasional yang nantinya akan menuju pada keputusan pembelian menu.

Restoran yaitu usaha jasa boga yang dikelola secara komersial dengan menyediakan makanan dan minuman (Katrin & Setyorini, 2016). Sebuah restoran dapat berdiri sendiri, namun ada juga restoran yang berada didalam sebuah hotel yang umumnya akan dikelola oleh hotel tersebut serta manajemennya berada dibawah tanggung jawab departemen food and beverage (Guntur, n.d.). Marcellino, et.al (2021) menjelaskan bahwa bisnis restoran sekarang sedang dalam persaingan ketat, karena banyak sekali muncul berbagai macam jenis restoran dengan melakukan banyak inovasi.

Supaya restoran dapat bertahan dan berkembang, perlunya menciptakan sebuah keunggulan dalam upaya memenuhi kebutuhan pelanggan dan menghadapi persaingan bisnis (Hardiansyah et al., 2019). Selanjutnya, variasi menu hal yang perlu diperhatikan oleh sebuah restoran untuk meningkatkan penjualan (Isnandini & Suhermin, 2018). Verandah Restaurant buka dari pukul 06.00 – 23.00 WIB dengan menyediakan banyak pilihan menu mulai dari makanan lokal sampai dengan makanan internasional, hal tersebut supaya pelanggan dapat memilih sesuai dengan selera mereka.

Tabel 1. Data Keseluruhan Penjualan Menu A'la Carte Verandah Restaurant Januari 2022 – Februari 2023

No.	Tipe Penjualan Menu A la Carte	Jumlah Penjualan
1.	Room Service	13117
2.	Dine In (Verandah Restaurant)	9652
Total		22.769

Sumber: Sumber: Diolah peneliti tahun 2023, hasil data dari : Commis Chef Eastparc Hotel Yogyakarta

Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa jumlah penjualan menu a'la carte room service yaitu sebanyak 13117 pelanggan yang telah melakukan pembelian menu yang

berbeda-beda dan dine in sebanyak 9652 pelanggan yang telah melakukan pembelian menu yang berbeda-beda serta memiliki total penjumlahan mencapai angka 22.769 dalam periode januari 2022 hingga februari 2023.

Kepuasan pelanggan merupakan tolak ukur dari pelanggan terhadap produk dan jasa yang telah disediakan restoran (Isnandini & Suhermin, 2018). Kepuasan pelanggan sangat berpengaruh kepada keputusan pembelian, untuk itu restoran harus bisa untuk menghadapi situasi untuk menangani keinginan pelanggan dalam memenuhi kepuasan pelanggan sehingga pelanggan dapat melakukan keputusan pembelian di restoran tersebut (Al Idrus, 2021; Santoso, 2016). Untuk itu berikut ulasan puas dan tidak puas pelanggan yang telah mengunjungi Verandah Restaurant Eastparc Hotel Yogyakarta :

Tabel 2. Ulasan Pelanggan di Verandah Restaurant, Eastparc Hotel Yogyakarta 2021-2023

No.	Nama Pelanggan	Ulasan
1.	Rivano Chandra, <i>Tripadvisor</i> , Mei 2023	“ Variasi makanan banyak ada makanan lokal jogja juga..”
2.	Meri P.S, Traveloka, februari 2023	“...hanya saja menu makan malam di restoran ala carte nya belum lengkap seperti steak sapi ”
3.	Cimun Chan, Google Review, Oktober 2023	“... Saya di sini tiga hari dua malam. Fasilitas oke... Menu makanannya bervariasi kadang enak.. kadang hambar... ”

Sumber: Diolah peneliti tahun 2023, hasil adopsi dari: Tripadvisor dan Google Review

Berdasarkan tabel 2 terdapat ulasan pelanggan yang puas dan tidak puas dengan variasi menu a la carte di Verandah Restaurant sebenarnya sudah Verandah Restaurant memiliki banyak variasi menu namun belum bisa memenuhi kebutuhan para pelanggan yaitu karena tidak tersedianya menu steak sapi, selanjutnya yaitu ketidakpuasan pelanggan terhadap rasa makanan yang tidak konsisten. Hal tersebutlah yang perlu diperhatikan oleh Verandah Restaurant agar para pelanggan tidak merasa kecewa sehingga mereka dapat memutuskan untuk melakukan pembelian menu a la carte lainnya.

Pelanggan Verandah Restaurant memiliki kebebasan untuk memilih dari sekian banyaknya restoran yang ada, tentunya juga pelanggan juga telah melakukan penilaian terhadap restoran tersebut sebelum mereka menentukan pilihan untuk melakukan keputusan pembelian. Untuk itu agar Verandah Restaurant dapat mampu bersaing diperlukannya strategi yang dapat menarik dan mempertahankan pelanggan.

Setelah melihat adanya data penjualan menu a la carte, ulasan positif dan negatif dari pelanggan yang melakukan keputusan pembelian di Verandah Restaurant, Eastparc Hotel Yogyakarta penulis melakukan penelitian dengan judul “analisis pengaruh variasi menu terhadap keputusan pembelian di Verandah Restaurant Eastparc Hotel Yogyakarta” untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya Variasi Menu dalam membangun Keputusan Pembelian yang dimana kedua variabel tersebut menjadi hal yang penting bagi Verandah Restaurant di Eastparc Hotel Yogyakarta. Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah variasi menu memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan di Verandah Restaurant, Eastparc Hotel Yogyakarta.

Dalam penelitian ini hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H0: Variasi Menu tidak mempengaruhi Keputusan Pembelian di Verandah Restaurant Eastparc Hotel Yogyakarta.

Ha: Variasi Menu mempengaruhi Keputusan Pembelian di Verandah Restaurant Eastparc Hotel Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yang mencakup variabel bebas (X) yaitu Variasi Menu dan variabel terikat (Y) yaitu Keputusan Pembelian.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner atau dengan menyebarkannya menggunakan Google Form kepada responden, kemudian data primer yang digunakan adalah observasi langsung ke lokasi penelitian. Untuk data sekunder yang digunakan adalah studi pustaka sebagai referensi acuan penulis.

Penarikan Sampel

Secara garis besar sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, karena jumlah populasi yang besar tidak memungkinkan untuk diambil secara menyeluruh untuk itu diambil sampel untuk mewakili populasi. Penelitian ini menggunakan teknik sampling non probability sampling yaitu dengan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2018). Purposive Sampling adalah ketentuan yang telah dilakukan tergantung pada kriteria yang ditentukan (Cresswell, 2017). Dalam penelitian ini kriteria yang sesuai untuk sampel adalah pelanggan yang sudah pernah berkunjung di Verandah Restaurant, Eastparc Hotel Yogyakarta dan sudah melakukan pembelian menu a'la carte. Dalam penelitian ini penarikan jumlah sampel menggunakan rumus slovin dengan menggunakan margin error 10%, yang mendapatkan hasil 100 responden.

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018) analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data, melakukan perhitungan menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan pre test uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu ketika dinyatakan valid dan reliabel dilanjutkan dengan pengujian uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, uji regresi sederhana, dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Deskriptif Mean

Tabel 3. Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Variasi Menu di Verandah Restaurant Eastparc Hotel Yogyakarta

Variasi Menu	Total Mean	Interpretasi
Kelengkapan Produk	4,49	<i>Very High</i>
Merek Produk	4,44	<i>Very High</i>
Variasi Ukuran Produk	4,42	<i>Very High</i>
Variasi Kualitas Produk	4,47	<i>Very High</i>

Sumber: Diolah Oleh Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 3 terlihat bahwa dimensi tertinggi pada variabel variasi menu adalah pada dimensi Kelengkapan Produk dengan nilai 4,49 hal ini karena Verandah

Restaurant sudah cukup banyak memiliki variasi menu mulai dari masakan tradisional hingga internasional.

Sedangkan dimensi terendah pada variabel variasi menu ini adalah pada dimensi Variasi Ukuran Produk dengan nilai 4,42 hal ini karena Verandah Restaurant merupakan restoran yang berada didalam hotel bintang 5 yang tentunya memiliki ukuran atau porsi menunya mungkin memiliki variasi yang beragam mulai dari porsi kecil, sedang hingga besar. Secara keseluruhan rata-rata nilai dari variabel Variasi menu yaitu sebesar 4,46 yang dimana nilai tersebut masuk kedalam kategori very high atau sangat setuju.

Tabel 4. Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Keputusan Pembelian di Verandah Restaurant Eastparc Hotel Yogyakarta

Keputusan Pembelian	Total Mean	Interpretasi
Kemantapan sebuah produk	4,41	<i>Very High</i>
Kebiasaan dalam membeli produk	4,50	<i>Very High</i>
Memberikan rekomendasi dalam membeli produk	4,51	<i>Very High</i>
Melakukan pembelian ulang	4,47	<i>Very High</i>

Sumber: Diolah Oleh Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4, terlihat bahwa dimensi paling tinggi terdapat pada dimensi Memberikan rekomendasi dalam membeli produk dengan nilai 4,51 hal ini menunjukkan bahwa pelanggan di Verandah Restaurant merasa puas dengan produk yang mereka beli kemudian mereka dengan senang hati merekomendasikannya kepada orang terdekat. Selanjutnya dimensi terendah dalam variabel keputusan pembelian adalah Kemantapan sebuah produk dengan nilai 4,41 artinya tidak banyak pelanggan di Verandah Restaurant yang telah menetapkan ketentuan produk apa yang akan mereka beli. Secara keseluruhan rata-rata nilai dari variabel Keputusan Pembelian yaitu sebesar 4,46 yang dimana nilai tersebut masuk kedalam.

Hasil Pengujian Regresi Sederhana

Tabel 5. Hasil Regresi Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		(constant)	6.138	2.441		
1	Variasi menu	.727	0.34	.907	21.353	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Diolah Oleh Penulis (2023)

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa Konstantaisebesar 6.138 memiliki pengertian bahwa nilai koefisien variabel variasi menu sebesar 6.138. Koefisien regresi X sebesar 0,727 memiliki pengertian bahwasetiapipenambahan 1% variasi menu maka nilai keputusan pembelian bertambah sebesar 0,727. Koefisien regresi bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh positif terhadap variabel Y. Nilai signifikansi pada tabel uji regresi linear sederhana sebesar .014 yang memiliki

pengertian lebih kecil dari signifikansi t_{tabel} sebesar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variasi menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji-T)

Uji T dalam penelitian dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05), hal ini dikarenakan angka tersebut merupakan tingkat signifikansi yang umumnya digunakan. Tingkat signifikansi sebesar 5% ini memiliki pengertian untuk memberikan toleransi kesalahan pada hasil penarikan kesimpulan sebesar 5% yang berarti terdapat 95% benar pada hasil penarikan kesimpulan. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden, dan hasil derajat kebebasan sebesar 98 dengan tingkat signifikansi 5% (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa T_{tabel} sebesar 1,984.

T_{hitung} pada variabel Variasi Menu mendapatkan T_{hitung} sebesar 21,353 sehingga dapat disimpulkan bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $21,353 > 1,984$, hal ini menunjukkan H_1 diterima dan H_0 ditolak. Variasi Menu berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Verandah Restaurant, Eastparc Hotel Yogyakarta.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.907 ^a	0.823	0.821	1.902

a. Predictors: (Constant), Variasi Menu

Sumber: Diolah Oleh Penulis (2023)

Berdasarkan data tabel 6. dari uji koefisien determinasi diatas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,823. Hal ini dapat diketahui dari rumus koefisien determinasi. Dari rumus tersebut dapat disimpulkan bahwa variasi menu dapat menjelaskan 82,3% variabel keputusan pembelian, sedangkan 17,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada pengaruh variasi menu terhadap keputusan pembelian pelanggan di Verandah Restaurant Eastparc Hotel Yogyakarta yang telah dikumpulkan dan kemudian dianalisis dengan menggunakan alat bantu berupa SPSS versi 25, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut; (1) responden memiliki nilai yang berbeda yaitu laki – laki sebanyak 46% atau 46 responden dan perempuan 54% atau 54 responden, yang berdomisili rata-rata di Jakarta dan Yogyakarta, dengan rentang usia dengan usia 25 sampai dengan 32 tahun yang mayoritas bekerja sebagai karyawan swasta dengan pendapatan Rp 5.000.000 – Rp 7.000.000 perbulan dengan pengeluaran rata-rata Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 perbulan. Pelanggan di Verandah Restaurant memiliki menu a la carte favorit yaitu menu Nasi Goreng XO, (2) pada variabel variasi menu, nilai mean tertinggi didapatkan dari dimensi kelengkapan produk dengan nilai sebesar 4,65, hal ini dapat disimpulkan bahwa ketika dalam melakukan keputusan pembelian, para pelanggan akan merasa tertarik apabila sebuah restoran memiliki variasi menu yang beragam. Nilai mean terendah pada variabel ini terdapat pada dimensi kelengkapan produk dengan nilai sebesar 4,34, hal ini dapat disimpulkan bahwa Verandah Restaurant kurang memiliki menu yang lengkap di mata para pelanggan, (3) pada variabel keputusan pembelian nilai mean tertinggi didapatkan dari dimensi kebiasaan dalam membeli produk dengan nilai sebesar 4,61, hal ini dapat disimpulkan bahwa ketika dalam melakukan keputusan pembelian pelanggan akan terlebih dahulu mencari informasi produk untuk melihat apakah produk tersebut layak untuk dibeli atau tidak. Nilai mean terendah pada variabel keputusan

pembelian terdapat pada dimensi kemantapan produk dengan nilai sebesar 4,30, hal ini dapat disimpulkan bahwa para tamu yang menginap atau berkunjung di Eastparc Hotel Yogyakarta tidak memilih Verandah Restaurant sebagai alternatif utama pada saat melakukan pemesanan makanan, (4) pengukuran seberapa besar kontribusi dari variasi menu terhadap keputusan pembelian pelanggan di Verandah Restaurant Eastparc Hotel Yogyakarta didapat dari nilai R² sebesar 0,823. Hal ini dapat disimpulkan variasi menu menjelaskan 82,3% variabel keputusan pembelian, sedangkan 17,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, dan (5) berdasarkan hasil uji T yang dilakukan terhadap 100 responden dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variasi menu berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan di Verandah Restaurant Eastparc Hotel Yogyakarta. Dengan ini maka variasi menu bisa menjadi salah satu faktor dalam pembentukan keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari hasil dilakukannya uji T dimana nilai Thitung lebih besar jika dibandingkan dengan Ttabel. Semakin tinggi variasi menu maka pengembangan keputusan pembelian akan semakin banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Idrus, S. (2021). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Ardhani, N. R. (2016). Upaya Pastry Section Menjaga Kualitas Produk Bakery Di Hotel Eastparc Yogyakarta. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 7(1).
- Cresswell, J. W. (2017). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed (Edisi Ketiga)*. Pustaka Belajar.
- Guntur, G. (n.d.). Upaya Profesionalisme Kerja Waiter untuk Peningkatan Pelayanan Tamu di The Grand Palace Hotel Yogyakarta. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 6(1), 489963.
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 90–107.
- Hermawan, H., Brahmanto, E., & Hamzah, F. (2018). *Pengantar manajemen hospitality*. Penerbit NEM.
- Isnandini, N., & Suhermin, S. (2018). Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Kepuasan Dan Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(4).
- Katrin, I. L., & Setyorini, H. D. (2016). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 3(2), 75–83.
- Komang, N., Pratiwi, O., Ekonomi, J. P., & Ekonomi, F. (2019). Analisis SWOT untuk Meningkatkan Kunjungan Wisata di Objek Wisata Goa Gajah Desa Bedulu, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar Tahun. In *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* (Vol. 11, Issue 1).
- Krestanto, H. (2019). Strategi Dan Usaha Reservasi Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Di Grand Orchid Hotel Yogyakarta. *Media Wisata*, 17(1).
- Marcellino, L., Ellitan, L., & Muljani, N. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Repurchase Intention Dimediasi Oleh Customer Satisfaction Pada Restoran X Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 10(1).
- Pratiwi, N. K. O. (2019). Analisis Swot Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Objek Wisata Goa Gajah Desa Bedulu, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar Tahun 2017. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 95–105.
- Santoso, I. (2016). Peran kualitas produk dan layanan, harga dan atmosfer rumah makan cepat saji terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. *The Asian Journal of Technology Management*, 15(1), 94.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Yakup, A. P. (2019). *Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia*. Universitas Airlangga.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).