

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini akan mencakup pembahasan olahan data dari hasil jawaban kuesioner responden yang merupakan konsumen penikmat *seafood* dan pernah mengkonsumsi produk makanan Ngikan di cabang Kota Bandung lebih dari satu kali. Berikut adalah kesimpulan yang dapat penulis sampaikan:

1. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Makanan

- a. Sebanyak 81 orang memberikan persepsi negatif terkait *presentation* makanan yang disajikan dimana potongan ikan yang dihidangkan seringkali ukurannya cenderung terlalu kecil dan ukurannya tidak sesuai dengan yang ada di visual buku menu sehingga tidak menyenangkan.
- b. Sebanyak 76 orang memberikan persepsi negatif terkait *freshness* dari ikan yang disajikan yang terkadang berbau amis, berlendir, dan daging berwarna kecoklatan sehingga membuat responden meragukan keamanan konsumsi.
- c. Sebanyak 74 orang memberikan persepsi negatif terkait *freshness* dari saus pelengkap atau saus sambal khas Indonesia yang disajikan cenderung terasa asam, terlalu berminyak, terasa pahit karena tidak dimasak sampai matang sebelum dihidangkan sehingga tidak terasa nikmat saat dimakan bersamaan dengan ikannya.
- d. Sebanyak 74 orang memberikan persepsi negatif terkait *texture* dari nasi yang dihidangkan dimana tekstur nasi yang cenderung terlalu lembek ataupun terlalu kering sehingga merubah rasa kenikmatan jika dimakan bersamaan dengan lauk ikannya.
- e. Sebanyak 81 orang memberikan persepsi negatif terkait *taste* makanan yang disajikan dari waktu ke waktu cenderung tidak konsisten, seperti ikan yang seringkali memiliki tekstur yang cenderung keras (karena adonan tepung terlalu

tebal) serta rasa dari ikan dan saus pelengkap yang cenderung berubah-ubah sehingga responden mendapati perbedaan ketika melakukan pembelian yang berbeda.

2. Persepsi Konsumen Terhadap Harga

- a. Sebanyak 72 orang memberikan persepsi negatif dengan alasan bahwa harga yang sudah ditetapkan untuk satu porsi makanan yang disajikan oleh Ngikan cukup mahal karena tidak sesuai dengan daya beli mereka.
- b. Sebanyak 85 orang mengatakan bahwa Ngikan cenderung jarang menetapkan promosi berupa potongan harga sehingga responden masih beranggapan bahwa harga yang ditetapkan masih terlalu mahal.
- c. Sebanyak 79 orang beranggapan bahwa harga yang dibayarkan untuk ukuran satu porsi makanan yang disajikan oleh Ngikan cenderung tidak sebanding dengan porsi yang didapatkan karena ukuran ikan yang disajikan kepada responden ukurannya cenderung terlalu kecil.

3. Niat Beli Ulang Konsumen

- a. Sebanyak 83 orang cenderung tidak berniat untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini disebabkan karena responden merasa harga yang ditetapkan cenderung terlalu mahal serta terdapat ketidakkonsistenan dari segi rasa, tekstur, dan presentasi makanan yang disajikan sehingga tidak sesuai dengan harapan responden dan tidak berniat untuk membeli kembali.
- b. Sebanyak 83 orang cenderung tidak berniat untuk menjadikan Ngikan sebagai preferensi utama jika ingin mengkonsumsi olahan ikan atau *seafood* sehingga lebih memilih untuk membeli produk yang serupa pada alternatif restoran yang menjual produk *seafood* serupa dengan kualitas makanan yang lebih terjaga dengan rasa yang lebih enak dan konsisten serta memiliki harga yang sesuai dengan porsi yang disajikan.

4 Pengaruh Kualitas Makanan dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas makanan terhadap niat beli ulang konsumen Ngikan dengan nilai pengaruh sebesar 0.3098.
2. Terdapat pengaruh yang negatif namun tidak signifikan dari harga terhadap niat beli konsumen Ngikan dengan nilai pengaruh sebesar 0,0233.
3. Variabel kualitas makanan dan harga mampu menjelaskan variabel niat beli ulang sebesar 39,6%. Sedangkan untuk sisanya yaitu sebesar 60,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian baik secara kuantitatif maupun kualitatif yang telah dilakukan maka penulis dapat memberikan saran untuk pihak manajemen Ngikan khususnya di Kota Bandung dalam upaya untuk memperbaiki kinerja yang dirasakan masih kurang memuaskan dari penilaian konsumen khususnya terkait kualitas makanan dan harga. Adapun saran dari penulis yang sekiranya dapat membantu pihak manajemen Ngikan :

1. Pihak manajemen dapat menerapkan standar operasional (SOP) pemilihan bahan baku segar.

Penulis menemukan jawaban berulang terkait pentingnya kualitas dan kesegaran ikan sebagai bahan baku utama dan bahan saus pelengkap. SOP pemilihan bahan baku tersebut perlu diterapkan oleh karyawan dan dikontrol secara berkala. Sebagai contoh, pentingnya melakukan pengamatan dan pencatatan tanggal pembelian dan kadaluarsa bahan baku oleh karyawan. Jika terdapat bahan baku yang sudah tidak layak konsumsi, maka sebaiknya jangan digunakan dan dihidangkan kepada konsumen.

2. Standar operasional (SOP) penyimpanan bahan baku segar.

Untuk menghindari adanya penurunan kesegaran ikan seperti perubahan warna daging ikan maupun perubahan tekstur ikan yang menjadi berlendir dan berbau amis seperti dikeluhkan oleh responden, maka perlu disediakan SOP dan fasilitas penyimpanan yang sesuai. Sebagai contoh yaitu dengan menggunakan *freezer* yang dapat diatur derajat suhu yang diperlukan, dalam hal ini *freezer*

tersebut mampu mencapai di suhu minimum -17.8°C dikarenakan standar yang diperlukan untuk menyimpan ikan mentah di *freezer* yang baik terdapat pada suhu -17.8°C atau kurang, dan ikan mentah ditempatkan di wadah yang kedap/tertutup rapat untuk menghambat pertumbuhan mikroorganisme sehingga masa penyimpanan pun bisa lebih lama (tidak boleh disimpan lebih dari 8 bulan), untuk penyimpanan ikan mentah yang belum diolah juga tidak lebih dari 2 jam pada suhu ruangan agar terjaga kesegarannya (United States Department of Agriculture, 2023).

3. Menyediakan suatu sistem yang mengatur takaran bumbu olahan.
Agar kualitas makanan dari segi rasa dapat menjadi konsisten seperti yang diharapkan oleh responden, pihak manajemen dapat membuat takaran racikan yang sudah dipersiapkan seperti adonan tepung dan bumbu terlebih dahulu untuk memudahkan karyawan pada proses pengolahan makanan. Pihak manajemen juga sebaiknya memberikan pelatihan secara berkala kepada karyawan bagian dapur terkait tata cara dan waktu memasak yang sesuai standar untuk setiap komponen (ikan, saus pendamping, dan nasi).
4. SOP pengolahan dan penyajian makanan.
Terkait penilaian responden bahwa porsi ikan yang disajikan ukurannya tidak konsisten, dapat dibentuk suatu standar operasional pengolahan dan penyajian makanan. Seperti misalnya, melakukan penimbangan bobot ikan sebelum diolah menjadi masakan harus sesuai dengan standar berat (gram) yang ditentukan. Penimbangan tersebut juga perlu didukung dengan alat ukur yang memiliki tingkat akurasi yang baik, sebaiknya menggunakan alat ukur timbangan dengan minimum tingkat akurasi sebesar 0,1 gram. Setelah itu, teknik penggorengan ikan perlu dijelaskan secara detil dan diterapkan oleh karyawan. Selain itu, sebaiknya menghindari proses penggorengan ikan berulang kali agar kerenyahan produk terjaga dan tekstur ikan tidak menjadi keras.
5. Pihak manajemen dapat menggali faktor-faktor lain yang mempengaruhi niat beli ulang dikarenakan nilai dari *r square* menunjukkan terdapat 60,4% dapat dipengaruhi variabel lain, seperti potongan harga, dapat membuat tempat *dine-*

in yang lebih nyaman, lebih gencar dalam hal promosi, dan melakukan inovasi atau variasi produk makanan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, A. T., & H. Michael, S. (2014). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D'cost Surabaya. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3, 643–655. Retrieved from https://scholar.google.com/scholar?cluster=8515815069512198799&hl=id&as_sdt=0.5
- Adiputra, F., & Sutopo, S. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan Dan Persepsi Harga Terhadap Citra Restoran Dan Minat Beli Ulang Pelanggan Holycow Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 53-63.
- Aini, I. N. K., Marlien, R. A., & Riva'i, A. R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Konsumen, dan Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen KFC di Kota Semarang). *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 263-276.
- Amalia, I. K., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 166-172.
- Anggraini, R., & Sumiati, S. (2022). Analisis Pengaruh Faktor Brand Image, Food Quality, Price dan E-Wom terhadap Repurchase Intention pada Oleh-Oleh Khas Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1214-1226.
- Anggaeni, M., Farida, N., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh Perceived Value dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening Smartphone Samsung Galaxy Series. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(4), 191-198.
- Aruan, T., & Engelica, E. (2022). ANALISIS PENGARUH SUASANA RESTORAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KE RESTORAN VEGETARIAN DI KOTA BATAM. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 2008-2024.

- Ardianto, Y., Thalib, S., & Riskarini, D. (2021). Analisis Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Dilihat Dari Experiential Marketing dan Servicescape. *JRB- Jurnal Riset Bisnis*, 4(2), 155-172.
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). Badan Pusat Statistik. Retrieved from <https://www.bps.go.id/publication/2022/06/15/73d93fd0f16f665fe3b60f56/statistik-penyedia-makan-minum-2020.html>
- Bahari, Y. M., & Bestari, D. K. P. (2019). Strategy for Strengthening Micro, Smile, and Medium Enterprises (MSME) in Facing the Free Trade Era. *Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 35(1), 166-174.
- Berliana, F., & Mashadi, M. (2022). Pengaruh Service Quality Dan Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Restaurant Pochajjang Bogor Di Masa Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(2), 285-292.
- Binaraesa, N. N. P. C., Hidayat, I., & Lestariningsih, M. (2021). Store Atmosphere Memoderasi Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Moonk Cartil & Cafe Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 61-68.
- Busyairi, L. S. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN KALIS DONUTS YOGYAKARTA (Survey pada Pelanggan Kalis Donuts di Yogyakarta) (Doctoral dissertation, UPN Veteran Yogyakarta).
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.
- Bororing, T., Lopian, S. J., & Tumiwa, J. R. (2017). Comparative Analysis of Perceived Price, Perceived Quality and Perceived Value Between Male and Female Customers of KFC in Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(3)

- Cahyarani, I. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Sikap Konsumen Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Organik. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7(3), 294-301.
- Daicy, V., Austin, J., & Chandra, G. N. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Promotion Terhadap Repurchase Intention Pada Restoran All You Can Eat Gyu-Kaku Alam Sutera, Tangerang Selatan. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(1), 11-23.
- Dewi, A. E. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Keberagaman Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Produk Es Krim Aice (Studi Pada Konsumen Kalangan Mahasiswa di Kabupaten Jember).
- Devi, I. P., Teja, I. G. N. A. E., & Rihayana, I. G. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli Di Warung Dekade. *Values*, 1(2).
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung. (2023, December). Data Rumah Makan, Restoran, Cafe di Kota Bandung. Retrieved January, 2024, from <https://opendata.bandung.go.id/dataset/data-rumah-makan-restoran-cafe-di-kota-bandung>
- Djimantoro, J., & Gunawan, V. C. (2020). Pengaruh e-wom, Kualitas makanan dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan pembelian di rumah makan kakkk ayam geprek. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 8(2).
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E., & Ndoen, W. M. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, lokasi dan word of mouth terhadap keputusan pembelian di Chezz Cafenet. *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Entreprises (SME's)*, 10(3), 299-310.
- Ellisshanty, S. I. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di UKM Bakso Kemasan M dan M di Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(1).

- Fauziah, W. (2020). THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY TOWARDS REPURCHASE INTENTION ROTI KEMBUNG IN GARUT DISTRICT.
- Fatiman, N. O., & Transistari, R. (2023). Pengaruh Product Diversity, Price Perception, Location, dan Service Quality terhadap Repurchase Intention Konsumen Kopi Njongke Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2), 165.
- Febrini, I. Y., Widowati, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35-54.
- Fitriana, I. N., & Cahyanti, M. M. (2022). Peran healthy lifestyle dan advertising intrusiveness terhadap repurchase intention mie instan Lemonilo. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(1), 112-119.
- Fergian, R., & Amarul, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kota Serang. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen UNSERA*, 2(2).
- Fonny, A., & Tandijaya, T. N. B. (2022). Pengaruh Brand Attachment Terhadap Repurchase Intention Dengan Brand Commitment Sebagai Variabel Intervening Pada Customer Crunchaus Salads. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 37-47.
- Firdaus, M. A., Ediyanto, E., & Tulhusnah, L. (2022). PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA WARUNG TANJUNG DI SITUBONDO. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(8), 1573-1586.
- G. (2023, June 7). Usaha Kuliner di Indonesia dalam Bingkai Statistik - GoodStats. GoodStats. <https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5>
- Gagić, S., Tešanović, D., & Jovičić, A. (2013). The vital components of restaurant quality that affect guest satisfaction. *Turizam*, 17(4), 166-176.

- Ha, N. M., Thang, T. K. V., Tam, H. L., Dang, T. H., & Hoa, N. T. M. (2023). Mediating role of corporate reputation in the relationship between corporate social responsibility and repurchase intention: A case study of McDonald's fast food restaurant chain. *HO CHI MINH CITY OPEN UNIVERSITY JOURNAL OF SCIENCE-ECONOMICS AND BUSINESS ADMINISTRATION*, 13(2).
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Halimah, W. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan, Nilai yang Dirasakan, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Pemesanan Makanan Online Pizza Hut Delivery (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Hanaysha, J. (2016). Testing The Effects of Food Quality, Price Fairness, and Physical Environment on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant Industry. *Journal of Asian Business Strategy*, 6(2), 31–40. <https://doi.org/10.18488/journal.1006/2016.6.2/1006.2.31.40>
- Handojo, S. M. (2015). Analisis pengaruh kualitas makanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Di D'cost Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(2), 643-654.
- Haryadi, A. R., Nanggala, A., Prayogo, F. A., & Gunaningrat, R. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image dalam Membangun Kepuasan Konsumen pada Restoran Ini Baru Steak Boyolali. *Prosiding HUBISINTEK*, 2(1), 934-934.
- Haryanto, E. (2013). Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 750–760.

- Hasbi, M. (2018). Pengaruh Service Quality dan Food Quality Terhadap Customer Satisfaction (Studi pada Konsumen Burger Shot Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 6(2), 1–23.
- Hidayat, D., Bismo, A., & Basri, A. R. (2020). The Effect of Food Quality and Service Quality Towards Customer Satisfaction and Repurchase Intention (Case Study of Hot Plate Restaurants). *Manajemen Bisnis*, 10(1), 1.
- Hidayah, N., & Anjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Perceived Quality terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1-9.
- Humas Kota Bandung. (2022, August). Kiblat Kuliner Indonesia, Sebanyak 1.234 Restoran Tercatat di Kota Bandung. Retrieved January, 2024, from <https://www.bandung.go.id/news/read/6886/hjkb212-kiblat-kuliner-indonesia-sebanyak-1-234-restoran-tercatat-di>
- Kakisina, M., & Lego, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Makanan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Kembali Pada Pelanggan KFC Cabang Kakialy Di Ambon. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 1118-1126.
- Kabanga, M. S., & Sanam, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian:(Studi Pada Restoran Suka Ramai Kupang). *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 14(2), 272-280.
- Katadata Media Network. (2021). Inilah Provinsi yang Paling Banyak Jumlah Restorannya. Retrieved January, 2024, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/05/inilah-provinsi-yang-paling-banyak-jumlah-restorannya>
- Kemenperin: Kemenperin: Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di Kuartal III-2022. (n.d.). Kemenperin: Kemenperin: Industri Makanan Dan Minuman Tumbuh 3,57% Di Kuartal III-2022. Retrieved from <https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-3,57-di-Kuartal-III-2022>

- Kusumaningrum, D. (2021). Pengaruh Café Atmosphere, Food Quality Dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention Pada Konsumen Beranda Eatery Kebumen (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Kurniawan, A., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2023). Pengaruh Kualitas Makanan, Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(1), 355-370.
- Khaira, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Sudut Halaman. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 24-30.
- Komara, A. A., & Yunita, C. (2023). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Blue Jasmine Restaurant. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 1-11.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management*, 15th Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principles Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2010). *Principles of marketing*. Pearson Education.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Liputan6. (2023, March 11). Sektor Kuliner Dominasi Bisnis Waralaba di Indonesia. liputan6.com. Retrieved from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5230548/sektor-kuliner-dominasi-bisnis-waralaba-di-indonesia>
- Liliani, P. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Behavioral Intention Restoran Top Yammie. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(2), 18-48.
- Lestari, W. S., & Yusuf, A. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2), 94–101. Retrieved from <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>

- Mahsyar, S., & Surapati, U. (2020). Effect of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(1), 204–211.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum].). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Maradita, F., & Susilawati, M. (2021). Pengaruh Suasana, Kualitas Makanan, dan Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Goa Sumbawa. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(1), 1-14.
- Muhajir, M. V., & Indarwati, T. A. (2021). The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR), Food Quality, and Perceived Value on Repurchase Intention Through Customer Satisfaction as Intervening Variables in The Pandemi Covid-19 Era (Study On" Chatime" Bubble Drink Products). *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*, 5(1), 60-77.
- Namkung, Y., & Jang, S. C. (2010). Effects of perceived service fairness on emotions, and behavioral intentions in restaurants. *European Journal of Marketing*, 44(9/10), 1233-1259
- Ngikan. (2023). @Ngikan.Yuk Instagram photos and videos. Retrieved January, 2024, from <https://www.instagram.com/stories/highlights/17967547583248751/>
- Nisak, S. C., Pudyaningih, A. R., & Hastari, S. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Mr. Crunch. *Jurnal Ema*, 5(2), 54-65.
- Nugraha, R., & Wiguna, L. D. (2021). The Influences of Product Quality, Perceived Value, Price Fairness, EWOM and Satisfaction Towards Repurchase Intention at Xing Fu Tang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, 7(1), 89-98.
- Nurchahyo, B. H., & Khasanah, I. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Taman Joglo Cafe Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 427-442.

- Pack, M. (2021, March 22). Brand Ngikan!: Produk Olahan Ikan Kekinian | Mitran Pack. Mitran Pack. Retrieved from <https://mitranpack.com/brand-ngikan-yuk-produk-olahan-ikan-kekinian/>
- Putra, A. P., Maharani, N., & Rohandi, M. M. A. (2023, January). Pengaruh Kualitas Makanan dan Ulasan Online terhadap Niat Beli di Kopi Janji Jiwa Permata Cimahi pada Aplikasi Gofood. In Bandung Conference Series: Business and Management (Vol. 3, No. 1, pp. 57-64).
- Priwastyani, T., Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. M. (2022). Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bakso Baturetno. *Insight Management Journal*, 3(1), 11-21.
- Davis, Bernad, A. Lockwood Pantelidis, dan Alcott Peter. (2018). *Food and Beverage Management 6th Edition*. London: Elsevier Ltd.
- Qin, H., & Prybutok, V. R. (2009). Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions in Fast-food Restaurants. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(1), 78–95. <https://doi.org/10.1108/17566690910945886>
- Rochaeni, S. (2013). Analisis Persepsi Kesadaran dan Preferensi Konsumen Terhadap Buah Lokal.
- Rothenberger, S. (2015). *Fairness through Transparency: The Influence of Price Transparency on Consumer Perceptions of Price Fairness*.
- S. (2019, December 7). Para Milenial Serbu Gerai Ngikan di Sherlock Bandung - EDUPUBLIK JABAR. EDUPUBLIK JABAR. <http://www.edupublikjabar.com/2019/12/08/ngikan-yuk-di-sherlock-bandung/>
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748–5782. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p19>

- Salam, H. N., Tresnati, R., & Oktini, D. R. (2017). Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention (Survey pada Pelanggan Ozt Cafe And Steakhouse Bandung). *Prosiding Manajemen*, 1139-1145.
- Santika, K. J., & Mandala, K. (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6139-6158.
- Santika, D. (2022). Penerapan Store Atmosphere, Kualitas Makanan dan Atribut Restoran terhadap Minat Mengunjungi Kembali Gerai Restoran di Pontianak. *MABIS*, 13(2), 134-144.
- Sandala, F. D., Tumbel, A. L., & Tampenawas, J. L. (2021). Pengaruh kelompok referensi, persepsi harga dan store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada umkm beenji café di sario kecamatan sario. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1).
- Saraswati, K. D., Sanjaya, P. K. A., & Trarintya, M. A. P. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Repurchase Intention. *Vidya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(2), 431-442.
- Sentoso, F. (2019). Pengaruh kualitas makanan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian kembali melalui kepuasan pelanggan Crunhaus Salads di Pakuwon Mall Surabaya. *Agora*, 7(2).
- Shaharudin, M. R., Mansor, S. W., & Elias, S. J. (2011). Food Quality Attributes among Malaysia's Fast Food Customer. *International Business and Management*, 2(1), 198–208.
- Shin, J. I., Chung, K. H., Oh, J. S., & Lee, C. W. (2013). The Effect of Site Quality on Repurchase Intention in Internet Shopping Through Mediating Variables: The Case of University Students in South Korea. *International Journal of Information Management*, 33(3), 453–463. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.02.003>

- Stefano, T. (2019). PENGARUH PERCEIVED SERVICE QUALITY, PERCEIVED PRODUCT QUALITY DAN PERCEIVED PRICE TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA CAFÉ KAMPUNG PAPRINGAN LUMAJANG. *Agora*, 7(2).
- Setianingsih, N. F. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk, dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(1), 82-90.
- SITOMPUL, J. S. D. (2015). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK MIE SEDAAP DI KOTA MEDAN (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Suprianto, V., Brahmantyo, H., & Ingkadijaya, R. (2023). THE INFLUENCE OF FOOD QUALITY, SERVICE QUALITY, AND PRICE ON REPURCHASE INTENTIONS THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AT PUTU MADE RESTAURANT JAKARTA. *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 1172-1181.
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, Danprice Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–10.
- Suryana, P., & Dasuki, E. S. (2013). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang. *Trikonomika*, 12(2), 190–200. <https://doi.org/10.23969/trikonomika.v12i2.479>
- Suryana, P., & Muliastari, I. (2018). Harga dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Instamie Di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), 15–24. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v11i1.864>
- Stevanie, C. (2020). Pengaruh Food Quality dan Online Customer Review terhadap Customer Perceived Value dan Repurchase Intention pada Toko Makanan Korea Online Kimchingu. *Agora*, 8(1).
- Tjiptono, F. (2020). Strategi Pemasaran: Prinsip & Penerapan. Penerbit Andi.

- Triandewo, M. A., & Ra'idah, N. (2020). The Effect of Dining Experience on Loyalty Intentions Mediated by Satisfaction and Positive Consumption Emotions of Costumer of the Coffee Bean & Tea Leaf in Bekasi City, Indonesia. *International Journal of Business, Economics and Law*, 23(1), 6–17.
- Ummah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Makanan di Masa Pandemi Covid-19 pada Restoran Cepat Saji terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Perilaku Beli Ulang Burger King di Yogyakarta.
- United States Department of Agriculture. (2023, May). How long can you store fish? Retrieved January, 2024, from <https://ask.usda.gov/s/article/How-long-can-you-store-fish#:~:text=Any%20frozen%20fish%20or%20shellfish,shellfish%2C%203%20to%2012%20months>.
- Weliani, S. (2015). Analisa Pengaruh Food Quality, Service Person Customer Orientation, Dan Physical Environment, Terhadap Repurchase Intention, Melalui Customer Satisfaction. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 39-61.
- Werdiastuti, P. E., & Agustiono, A. (2022). The effect of product quality and price toward repurchase intention at Taco Casa Bali during Covid-19 pandemic. *Asian Management and Business Review*, 193-206.
- Widjiono, L. M., & Japariato, E. (2015). Analisa pengaruh self image congruity, retail service quality, dan customer perceived service quality terhadap repurchase intention dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening di Broadway barbershop Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 35-42.
- Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS MAKANAN, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DABU DABU LEMONG RESTO DAN COFFEE KAWASAN MEGAMAS DI MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 388-399.

- Wijaya, W. (2017). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(2), 581–594.
- Wirawan, E. M., & Khasanah, I. (2016). Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian (Studi pada Konsumen Chicken Nugget Fiesta di Kota Semarang). *Diponegoro journal of management*, 5(4), 143-152.
- Wibisono, T. (2018). Pengaruh Product Characteristics, Perceived Price terhadap Repurchase Intention melalui Perceived Quality pada Rumah Makan Olala Jalan Glagahsari Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara Vol*, 1(6).
- Wingdes, I., & Calvin, H. Y. (2023). Interaktivitas Faktor Pada Bauran Pemasaran Terhadap Repurchase Intention Pada Café di Pontianak. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 5(1), 01-13.
- Worotikan, A. L., Massie, J. D., & Tawas, H. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1277-1285.