

Pengaruh Citra Kuliner Tradisional terhadap Keputusan Pembelian di Gado-Gado Boplo Cabang Cikini

Kezya Laurens Putri Antonia^{1*}, Dewanta Facrureza²

^{1, 2} Universitas Bunda Mulia (UBM) Jakarta, Indonesia

*s19200041@student.ubm.ac.net

Alamat: Jl. Lodan Raya No.2, RT.12/RW.2, Ancol, Kec. Pademangan, Jakarta Utara,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14430

Korespondensi penulis : s19200041@student.ubm.ac.net

Abstract: *This research examines the phenomenon of Gado-Gado Boplo as a legendary eating place recognized by Kompas, Flokq, and Nibble articles. The research uses quantitative methods using questionnaires via Google Form and secondary data from the internet, journals and interviews. The sample used was 100 people who had eaten at Gado-Gado Boplo using a Likert scale. All questions were declared valid, with a calculated R value > R table, after which the data was evaluated using Cronbach's alpha for reliability and Pearson Correlation for validity. Apart from that, the Cronbach alpha data value > 0.6 shows its reliability. The data was then subjected to multiple regression analysis, classical assumption testing, and hypothesis testing (T and F tests). The Excellence variable (X3) has a partially significant influence on the Purchasing Decision variable (Y), but the Strength (X1) and Uniqueness variables (X2) do not have a partial influence on the Purchasing Decision variable (Y), according to the T test. Furthermore, jji F shows that variables X1, X2, and X3 all influence Y significantly at the same time. In conclusion, superiority has a favorable and large influence on purchasing choices, but strength and uniqueness only have a small influence. These three X factors all have a significant influence on purchasing choices (Y) at the same time.*

Keywords: *Traditional Culinary Image, Traditional Food, Purchasing Decisions*

Abstrak: Penelitian ini mengkaji fenomena Gado-Gado Boplo sebagai tempat makan legendaris yang diakui oleh artikel Kompas, Flokq, dan Nibble. Penelitian menggunakan metode kuantitatif menggunakan penyebaran kuesioner lewat Google Form dan data sekunder dari internet, jurnal, dan wawancara. Sampel yang digunakan berjumlah 100 orang yang pernah makan di Gado-Gado Boplo dengan menggunakan skala Likert. Seluruh soal dinyatakan valid, dengan nilai R hitung > R tabel, setelah itu data dievaluasi menggunakan alpha Cronbach untuk reliabilitas dan Korelasi Pearson untuk validitas. Selain itu, nilai Cronbach alpha data > 0,6 menunjukkan reliabilitasnya. Data tersebut kemudian dilakukan analisis regresi berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis (uji T dan F). Variabel Keunggulan (X3) mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y), namun variabel Kekuatan (X1) dan Keunikan (X2) tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y), menurut uji T. Selanjutnya jji F menunjukkan bahwa variabel X1, X2, dan X3 semuanya mempengaruhi Y secara signifikan pada saat yang bersamaan. Kesimpulannya, keunggulan mempunyai pengaruh yang menguntungkan dan besar terhadap pilihan pembelian, namun kekuatan dan keunikan hanya mempunyai pengaruh yang kecil. Ketiga faktor X tersebut semuanya berpengaruh signifikan terhadap pilihan pembelian (Y) dalam waktu yang bersamaan.

Kata Kunci: Citra Kuliner Tradisional, Makanan Tradisional, Keputusan Pembelian

1. LATAR BELAKANG

Indonesia adalah negara kepulauan yang terkenal menjadi salah satu destinasi pariwisata dunia. Pariwisata di Indonesia telah berkembang pesat dan hal ini tentu memberikan dampak pada perekonomian nasional dan devisa negara. Pariwisata adalah pilar dalam membuka kesempatan kerja dan membantu industri lain yang turut mendukung industri pariwisata untuk berkembang (Baiquni et al., 2013). UU Republik Indonesia No. 10 Tahun

2009 tentang kepariwisataan menyatakan bahwa “pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah yang salah satunya adalah wisata kuliner”. Selain menjadi destinasi wisata dunia, Indonesia juga dikenal memiliki tanah yang subur dan berhasil menghasilkan beragam rempah-rempah berbeda misalnya kayu manis, lada, biji pala, cengkeh, kapulaga dan lainnya, sehingga cita rasa dari rempah-rempah tersebut menjadi ciri khas pada makanan tradisional khas Indonesia. Setiap daerah memiliki makanan tradisional khas yang berbeda-beda dan memiliki cita rasa khas yang mencerminkan daerah tersebut misalnya martabak bangka, sate madura, asinan, kerak telur, gado-gado, dan masih banyak lainnya.

Salah satu makanan tradisional Indonesia yang banyak digemari oleh masyarakat adalah Gado-gado. Gado-gado adalah makanan sehat khas Indonesia yang berisi sayuran yang sudah direbus dan disiram dengan saus kacang lalu ditambahkan tahu, kentang atau telur di atasnya serta ditaburi dengan bawang goreng dan tidak lupa kerupuk atau emping sebagai kondimennya. Berdasarkan beberapa ulasan dan umpan balik yang telah diberikan konsumen, dapat dilihat bahwa gado-gado adalah salah satu makanan tradisional yang legendaris dan digemari oleh banyak orang. Gado-gado Boplo adalah restoran yang dapat membuat gado-gado yang enak sehingga cita rasa yang khas tersebut dapat dinikmati oleh konsumennya. Gado-gado Boplo diakui sebagai salah satu tempat menikmati gado-gado terenak di Jakarta oleh Flokq dan tempat makan gado-gado legendaris di Jakarta oleh Kompas.com.

2. KAJIAN TEORITIS

Pariwisata adalah keseluruhan hubungan dan gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing dan perjalanannya itu tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungannya dengan kegiatan untuk mencari nafkah. Didukung oleh Rangin (2016) bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (business) atau untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam”. Berdasarkan apa yang telah dinyatakan oleh para ahli, dapat dinyatakan bahwa pariwisata adalah sebuah kegiatan perjalanan ke luar tempat tinggal untuk jangka waktu kurang dari 1 tahun dan dengan tujuan tertentu misalnya rekreasi, perjalanan bisnis atau hal lainnya. Sugiama (2014:72) mengatakan bahwa komponen penunjang wisata adalah komponen

kepariwisataan yang harus ada didalam destinasi wisata. Komponen kepariwisataan tersebut adalah 4A yaitu *Attraction, Amenities, Ancilliary* dan *Accesibility*.” Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa komponen 4A tentunya wajib ada sebab berperan sangat penting dalam keberlangsungan aktivitas pariwisata.

Makanan dan minuman merupakan “kebutuhan primer setiap makhluk hidup dan merupakan salah satu hal yang sangat signifikan dan sangat dibutuhkan”. Makanan dan minuman adalah salah satu sumber energi manusia dan memberikan dampak yang penting bagi kesehatan manusia. Menurut Notoatmodjo (2003), “makanan diperlukan untuk kehidupan karena makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi kehidupan manusia. Makanan tradisional adalah salah satu identitas suatu daerah, dimulai dari cita rasanya yang khas menggunakan rempah-rempah daerah sekitar serta menjadi sebuah warisan yang diturunkan berdasarkan budaya suatu tempat. Sebagaimana dikemukakan oleh Fardiaz D (1998), “makanan tradisional mengacu pada makanan dan minuman, termasuk makanan ringan dan berbagai bahannya, yang diolah secara tradisional dan telah dikembangkan dalam jangka waktu yang lama di suatu wilayah tertentu. Makanan yang merupakan kebutuhan primer manusia dan dibutuhkan setiap harinya juga menjadi salah satu daya tarik wisata atas suatu tempat. Kuliner itu sendiri dapat diartikan sebagai hubungan antara memasak dan hasil dari masakan itu sendiri. Menurut Seogiarto (2018), “kuliner adalah masakan dalam artian hasil dari proses memasak.

Citra kuliner tradisional adalah gambaran atau persepsi yang dimiliki oleh konsumen terhadap makanan tradisional. Menurut (Pradana & Hidayah, 2017) “citra merupakan keseluruhan persepsi terhadap produk atau merek yang dibentuk dari informasi dan penggalan masa lalu terhadap produk atau merek itu. Dengan adanya citra makanan tradisional yang memberikan persepsi terhadap konsumen, membantu dalam membuat keputusan dalam pembelian. Keputusan pembelian adalah keputusan yang harus dibuat seseorang sebelum membeli sebuah produk atau jasa setelah melalui pertimbangan kebutuhan atau keinginannya. (Rifki et al., 2020) mendefinisikan “Perilaku Konsumen adalah sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung dapat terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang/jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. “Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan ini, diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya” (Bagida et al., 2021)

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyusunan secara deskriptif untuk mengelolah data rasio dengan tujuan mengetahui besarnya pengaruh antar variable yang akan diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan sumber data primer yaitu dengan wawancara, observasi dan kuesioner, serta menggunakan sumber data sekunder yaitu dengan data dari jurnal, artikel, buku dan lainnya.

Populasi adalah cakupan luas seluruh wilayah yang ingin diteliti, sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang ingin diteliti, yang memenuhi karakteristik yang sesuai. Pengitungan sample menggunakan Rumus Slovin di mana memperoleh hasil 99,2 atau dibulatkan menjadi 100. Oleh karena itu, sample yang digunakan adalah 100 responden yang pernah makan di Gado-Gado Boplo Cabang Cikini. Kuesioner yang disebar menggunakan skala likert dengan nilai bobot 1-4.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif di mana data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara dan observasi dan diolah dan dirangkum agar dapat menghasilkan pemahaman mengenai apa yang diteliti, korelasi antara variabel independent dan variabel dependen, memprediksi hasil dan memberikan pembuktian menggunakan uji-uji dan model seperti analisis regresi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Kuliner Tradisional terhadap Keputusan Pembelian di Gado-Gado Boplo Cabang Cikini” adalah penelitian yang dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif dan memiliki tujuan untuk menganalisa pengaruh dari 3 dimensi yang dimiliki oleh Citra Kuliner sebagai variabel independent yaitu Kekuatan (X1), Keunikan (X2) dan Keunggulan (X3) secara parsial dan secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Data-data diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form yang disebar melalui sosial media. Jumlah sample yang digunakan oleh penelitian ini berdasarkan hitungan menggunakan rumus slovin adalah 99,22 atau dibulatkan menjadi 100 responden. Adapun karakteristik yang diperlukan untuk mengisi kuesioner yang disebar adalah yang sudah pernah makan di Gado-Gado Boplo Cabang Cikini.

Uji Instrumen Data

- a. Uji Validitas adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur antara data yang terjadi pada objek dengan data yang data dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono 2019). Uji validitas diukur menggunakan perbandingan nilai Pearson Correlation dengan R table dan dinyatakan valid jika nilai Pearson Correlation lebih besar daripada R Table.

Tabel.1 Uji Validitas

Variable	R. Hitung	R. Tabel	Ket.
X1.1	0,670	0,195	Valid
X1.2	0,857	0,195	Valid
X1.3	0,777	0,195	Valid
X1.4	0,815	0,195	Valid
X1.5	0,724	0,195	Valid
X1.6	0,766	0,195	Valid
X1.7	0,836	0,195	Valid

Tabel.2 Uji Validitas

Variable	R. Hitung	R. Tabel	Ket.
X2.1	0,770	0,195	Valid
X2.2	0,845	0,195	Valid
X2.3	0,810	0,195	Valid
X2.4	0,853	0,195	Valid

Tabel.3 Uji Validitas

Variable	R. Hitung	R. Tabel	Ket.
X3.1	0,783	0,195	Valid
X3.2	0,831	0,195	Valid
X3.3	0,783	0,195	Valid
X3.4	0,863	0,195	Valid
X3.5	0,823	0,195	Valid
X3.6	0,791	0,195	Valid
X3.7	0,785	0,195	Valid

Tabel.4 Uji Validitas

Variable	R. Hitung	R. Tabel	Ket.
Y1	0,669	0,195	Valid
Y2	0,740	0,195	Valid
Y3	0,760	0,195	Valid
Y4	0,746	0,195	Valid
Y5	0,723	0,195	Valid
Y6	0,709	0,195	Valid

Y7	0,714	0,195	Valid
Y8	0,675	0,195	Valid
Y9	0,694	0,195	Valid
Y10	0,691	0,195	Valid
Y11	0,651	0,195	Valid

Hasil dari Uji Validitas Variable X1 Kekuatan, X2 Keunikan, X3 Keunggulan dan Y1 Keputusan Pembelian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid karena R Hitung > 0,195.

- b. Uji Realibilitas adalah seberapa besar derajat tes mengukur secara konsisten sacaran yang dikur. Realibilitas dinyatakan dalam bentuk angka, biasanya sebagai koefisien. Koefisien yang tinggi berarti realibilitas yang tinggi (Sukadji 2000). realibilitas menggunakan metode Cronbach Alpha dan dinyatakan valid jika hasilnya lebih besar dari 0,6.

Tabel.5 Uji Rehabilitas

Variable	Cronbach Alpa	Hasil	No. of Item	Ket.
X1	0,6	0,892	7	Reliabel
X2	0,6	0,837	4	Reliabel
X3	0,6	0,911	7	Reliabel
Y1	0,6	0,900	11	Reliabel

Hasil dari uji realibilitas Variable X1 Kekuatan, X2 Keunikan, X3 Keunggulan dan Y1 Keputusan Pembelian diatas dinyatakan Reliabel karena memperoleh nilai Cronbach Alpa > 0,6 sehingga semua variable dapat nyatakan Reliabel.

Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, modal regresi yang baik memiliki distribusi data normal (Ghozali 2018). Metode yang digunakan adalah Kolmogorov-Smirnov yaitu jika nilai signifikansi > 0,05 maka distribusi data yang normal namun jika nilai signifikansi < 0,05 maka distribusi data tidak normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.88682346	
Most Extreme Differences	Absolute	.059	
	Positive	.029	
	Negative	-.059	
Test Statistic		.059	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.527	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.514
		Upper Bound	.540

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Gambar.1 Uji Normalitas

Setelah dilakukan uji normalitas dengan metode Monte Carlo, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang awalnya lebih kecil dari 0,5 setelah dilakukan uji kembali menggunakan metode monte carlo, naik menjadi 0,527. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa nilai signifikansi $0,527 > 0,5$ menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

- b. Uji Multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independen (Ghozali 2018). Untuk mendeteksi gejala terjadinya multikolinearitas, metode yang digunakan adalah Tolerance & VIF. Jika Nilai Tolerance $> 0,100$ dan VIF $< 10,00$ = Tidak terjadi gejala multikolinearitas, jika Nilai Tolerance $< 0,100$ dan VIF $> 10,00$ = Terjadi gejala multikolinearitas.

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kekuatan	.146	6.835
	Keunikan	.228	4.377
	Keunggulan	.217	4.607

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Gambar.2 Uji Multikolinearita

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat dilihat bawah nilai tolerance dari ketiga variabel independent $> 0,100$ dan VIF $< 10,00$, maka dapat dikatakan bahwa hasil data yang diperoleh tidak terdeteksi multikolinearitas.

- c. Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengalaman lain (Ghozali 2018). Metode yang digunakan adalah menggunakan Uji Glejser dengan meregresikan variabel independent dan variabel dependent Absolute Residual (ABS_Res). Jika nilai Signifikansi > 0,05 = Tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas, jika nilai Signifikansi < 0,05 = Terjadi gejala Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.043	1.548		3.259	.002
	Kekuatan	-.013	.167	-.020	-.077	.939
	Keunikan	-.071	.213	-.071	-.333	.739
	Keunggulan	-.034	.134	-.056	-.257	.798

a. Dependent Variable: ABS_RES

Gambar.2 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variable X1 Kekuatan, variabel X2 Keunikan dan variabel X3 Keunggulan memiliki nilai signifikansi > 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Digunakan untuk mengukur besarnya korelasi antara dua variabel atau lebih, serta untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel terikat dan bebas (Ghozali 2013). Analisis regresi linear berganda dilakukan karena terdapat lebih dari 2 variabel independent.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.856	2.469		6.422	<.001
	Kekuatan	-.019	.267	-.014	-.071	.944
	Keunikan	.152	.340	.071	.446	.657
	Keunggulan	.824	.214	.626	3.856	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Gambar.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa konstanta sebesar 15,856, untuk X1 Kekuatan adalah -0,019, X2 Keunikan adalah 0,152 dan X3 Keunggulan adalah 0,824. Oleh karena itu, persamaan regresi linear yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 15.856 - 0,019X1 + 0,152X2 + 0,824X3 + e$$

Uji Hipotesis

- a. Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable independen secara individual dalam menerangkan variable dependen (Ghozali 2013) Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05 = H_a$ diterima, jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05 = H_0$ ditolak. Uji T dapat dilihat berdasarkan kriteria dari perbandingan T hitung dengan T tabel ataupun nilai signifikansi yang diperoleh.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.856	2.469		6.422	<.001
	Kekuatan	-.019	.267	-.014	-.071	.944
	Keunikan	.152	.340	.071	.446	.657
	Keunggulan	.824	.214	.626	3.856	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Gambar.4 Uji T

Berdasarkan data yang dihasilkan, dinyatakan bahwa variabel X1 Kekuatan dan X2 Keunikan tidak memiliki pengaruh secara parsial karena nilai $T < 1,985$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ terhadap variabel Y Keputusan Pembelian, namun variable X3 Keunggulan memiliki pengaruh secara parsial karena nilai $T > 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ terhadap variabel Y Keputusan Pembelian.

- b. Uji F pada dasarnya digunakan untuk melihat apakah semua variable independen yang dimasukkan kedalam model mempengaruhi variable dependen secara simultan (Ghozali 2013). Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05 = H_a$ diterima, jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05 = H_0$ ditolak. Uji F dapat dilihat berdasarkan kategori perbandingan pada F Hitung dengan F Tabel dan nilai signifikansi yang diperoleh.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1228.878	3	409.626	26.293	<.001 ^b
	Residual	1495.632	96	15.580		
	Total	2724.510	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Keunggulan, Keunikan, Kekuatan

Gambar.5 Uji F

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 26,293 di mana $> F$ Tabel = 12,47 dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,001 di mana $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan variabel independent yang mencakup X1 Kekuatan, X2 Keunikan dan X3 Keunggulan sebagai 3 dimensi dari Citra Kuliner Tradisional

memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian dan H_0 diterima.

- c. Koefisien Determinasi adalah ukuran seberapa besar variabel independent memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 ^a	.451	.434	3.947

a. Predictors: (Constant), Keunggulan, Keunikan, Kekuatan

Gambar.6 Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini nilai Adjusted R Square adalah 0,434 atau setara dengan 43,4%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pengaruh Kekuatan, Keunikan dan Keunggulan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 43,4% dan sisa 56,6% terpengaruh oleh faktor lain yang tidak diteliti.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan dari hasil uji data yang telah dihasilkan, maka untuk menjawab rumusan masalah adalah sebagai berikut: Variable Kekuatan dan Keunikan tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian dan hal ini didukung atas hasil yang diperoleh dari nilai T Hitung $< 1,985$, namun variable Keunggulan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai T hitung $> 1,985$. Namun secara simultan Uji F menunjukkan variable Kekuatan (X1), Keunikan (X2) dan Keunggulan (X3) memperoleh nilai F yaitu $26,293 > 12,47$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dinyatakan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y dan H_0 diterima dengan nilai koefisien determinasi 43,4% dan 56,6% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti. Sebagai saran yang dapat mempengaruhi variabel-variabel yang diteliti, Gado-Gado Boplo dapat menyajikan makanan dengan tampilan yang lebih menarik dan lebih menggugah selera agar dapat menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, Gado-Gado Boplo dapat memperbanyak promosi misalnya menggunakan sosial media agar lebih banyak dikenal oleh masyarakat. Gado-Gado Boplo dapat membuat logo baru yang lebih menarik perhatian, dengan menggunakan warna yang lebih menarik perhatian dan desain logo yang lebih modern dan simple sehingga lebih mudah untuk dikenali dan diingat oleh masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur kepada Allah Yang Maha Esa karena telah melimpahkan rahmat dan karunia sehingga penulis dapat menyelesaikan jurnal ini sebagai bagian dari penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Kuliner Tradisional terhadap Keputusan Pembelian di Gado-Gado Boplo” sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia, Jakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna namun berkat dukungan, bimbingan dan dorongan dari beberapa pihak, penulis pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Djoko Susanto selaku pendiri dari Yayasan Pendidikan Bunda Mulia
2. Bapak Howard Sarmento Giam, MBA selaku Pelaksana Harian Rektor
3. Ibu Kandi Sofia Senastri Dahlan, MBA, Ph.D selaku Wakil Rektor Bidang Akademik Universitas Bunda Mulia
4. Ibu Lelly Christin, SE,MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora 2 serta Plt. Ketua Program Study Hospitality dan Pariwisata
5. Bapak Antonius Rizki Krisnadi, SST.Par, M.Par, selaku Ketua Program Studi Kampus Ancol
6. Bapak Hari Iskandar, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi Hospitality Pariwisata
7. Bapak Imam Ardiansyah SST.Par., MM.Par., selaku Sekretaris Program Studi Hospitality dan Pariwisata 2 Kampus Serpong
8. Bapak Dewanta Facrureza, SST.Par, M.Par selaku dosen Pembimbing
9. Segenap team Dosen yang mengajar di Universitas Bunda Mulia Kampus ancil
10. Bapak Calvin Hartono selaku pemilik dari Gado-Gado Boplo
11. Ibu Henny selaku Supervisor Gado-Gado Boplo Cabang Cikini
12. Mama Nathalia Alamsah & Adik Charlotte Jane Leach
13. Miss Yofrina sebagai mentor dalam penyusunan skripsi ini
14. Rekan-rekan kerja di Grand Hyatt Jakarta yang selalu mendukung
15. Para responden yang senantiasa membantu dalam pengumpulan data
16. Semua Pihak yang terlibat membantu saya dalam keberhasilannya penyusunan dan pembuatan skripsi ini

DAFTAR REFERENSI

- Fahrezi, A., & Sukaesih, U. (n.d.). *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MEREK ALDO (STUDI KASUS DI PONDOK INDAH MALL JAKARTA)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.117>
- Laras, A. (2022, July 14). *Sejarah Bisnis Gado-Gado Boplo yang Melegenda*. [https://entrepreneur.bisnis.com/read/20220714/263/1554923/sejarah-bisnis-gado-gado-boplo-yang-melegenda`](https://entrepreneur.bisnis.com/read/20220714/263/1554923/sejarah-bisnis-gado-gado-boplo-yang-melegenda)
- Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1–35. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>
- Permadi, P. C., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP WORD OF MOUTH DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsumen Dapoer Mie Galau Jalan Selorejo 83 Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 10, Issue 1).
- Praptiningrum, D. A., & Talumantak, R. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL MERCURE JAKARTA GATOT SUBROTO. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 12–25. <https://doi.org/10.54783/jin.v4i3.587>
- Puspitasari, P., Eka, D., & Nailis, W. (2018). PENGARUH LOKASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen KFC Dermaga Point Palembang). *JEMBATAN*, 15(1), 23–32. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v15i1.5881>
- Ridha, M., & Amalia, R. (2018). CITRA TUJUAN WISATA DAN CITRA KULINER ACEH SERTA PENGARUHNYA TERHADAP NIAT WISATAWAN UNTUK KEMBALI MENGUNJUNGI KOTA BANDA ACEH. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* (Vol. 3, Issue 4).
- Rifki, M., Suardi, S., & Nirwan, N. (2020). PENGARUH CITRA KULINER TRADISIONAL KHAS KAILI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAWASAN WISATA ANJUNGAN PANTAI TALISE DI KOTA PALU. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 5(3), 265–274. <https://doi.org/10.22487/jimut.v5i3.158>