

# KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS KULINER LOKAL MIE SAGU PADA UMKM DI KOTA PEKANBARU

WAHYU HAMIDI<sup>1</sup>; SEPTINA ELIDA<sup>2</sup>; SISCA VAULINA<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Riau

Kampus Bina Widya KM. 12,5 Simpang Baru Panam, Pekanbaru, Riau

<sup>2,3</sup>Universitas Islam Riau

Jl. Kaharuddin Nasution No. 113 Marpoyan, Pekanbaru, Riau

E-mail : [wahyu.hamidi@lecturer.unri.ac.id](mailto:wahyu.hamidi@lecturer.unri.ac.id) (Korespondensi)

**Abstract:** Sago noodles are a local culinary dish made from sago. The presence of sago noodles will enrich the culinary treasures of Riau. This research aims to analyze consumer satisfaction with the culinary quality of sago noodles in Pekanbaru City. The sampling technique used nonprobability sampling followed by a judgment sampling method for 100 consumers who were purchasing sago noodles as respondents. Data were analyzed using descriptive analysis methods, Important Performance Analysis (IPA), and Customer Statistics Index (CSI). The results of the Important Performance Analysis (IPA) research show that there are still several things that do not meet consumer expectations. The attributes that are the main priority in improving performance and to be improved are the sago noodle topping and serving speed. Several attributes are in a position to be maintained, namely taste, uniqueness, completeness of sago noodles, guarantee, maturity, product variety, appearance, price, and portion. Based on the calculation of the consumer satisfaction index (CSI) value for local sago noodle culinary, it is 62.46%, in the range of 0.50-0.66, meaning that consumers are quite satisfied with the level of attribute performance in local sago noodle culinary

**Keywords:** *Local Culinary, Sago noodles, CSI, IPA*

Industri kuliner telah muncul sebagai aspek yang dinamis dan sangat diperlukan dalam perekonomian global (Mohamad W dan Thalia D, 2023). Sektor industri restoran dan rumah makan berkembang seiring dengan memulihkannya kondisi ekonomi pasca pandemi COVID-19, pada tahun 2021 pertumbuhan sebanyak 2,95% meningkat menjadi 3,68% pada tahun 2022. Indonesia saat ini mendorong usaha mikro, kecil, dan menengah terutama bisnis kuliner, untuk menjadi lebih produktif, inovatif dan kreatif agar industri kuliner mampu bersaing di pasar yang berubah dengan cepat baik selera maupun teknologi (Siswati, E., dan Pudjowati, J., 2023). *Kuliner* dapat di artikan sebagai hasil olahan yang berupa masakan dan masakan tersebut berupa lauk-pauk, makanan atau panganan serta minuman. Produk kuliner atau makanan merupakan kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari, sehingga permintaannya akan selalu ada. Hal ini merupakan peluang bisnis kuliner yang sangat potensial. Data yang dirilis Biro Pusat

Statistik pada tahun 2022, di Indonesia terdapat sebanyak 11.223 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2020, sebanyak 8.042 usaha (71,65 %) di antaranya berupa restoran atau rumah makan, 269 usaha (2,40 %) berupa katering, dan sisanya 2.912 usaha (25,95 %) masuk dalam kategori lainnya. DKI Jakarta menduduki peringkat pertama provinsi dengan jumlah usaha kuliner terbanyak, dengan total 5.159 usaha pada tahun 2020. Posisi ke dua adalah Jawa Barat, dengan total 1.414 usaha, sedangkan Riau berada di posisi ke-5 dengan 475 usaha kuliner yang berada di daerahnya.

Salah satu kuliner yang berkembang di Riau adalah kuliner lokal. Kuliner lokal merupakan suatu wujud kebudayaan yang mempunyai ciri khas daerah, ragam yang mencerminkan potensi alam daerah yang dimiliki setiap makanannya, tidak hanya sebagai sarana pemenuhan gizi seseorang, makanan juga bermanfaat untuk menjaga hubungan antar manusia, simbol identitas

suatu daerah. Berbagai kuliner lokal di produksi oleh UMKM di Riau, namun kuliner yang mendapat perhatian adalah kuliner mie sagu. Kementerian Pertanian terus mendukung produksi pangan local hingga pengolahannya sebagai upaya untuk pemenuhan kebutuhan pangan nasional.

Mie sagu merupakan salah satu makanan khas Propinsi Riau yang berasal dari Kabupaten Kepulauan Meranti. Daerah ini merupakan sentra produksi sagu, kontribusi produksi sagu Meranti sebesar 93,40% terhadap produksi sagu Propinsi Riau. Potensi sagu yang tinggi dapat mendorong pengembangan agroindustri berbasis sagu (Elida et, al., 2023; Yusuf et. al., 2021; Tjokrokusumo, 2018). Sebagai daerah sentra produksi sagu di Propinsi Riau, sebagian masyarakat berupaya memiliki industri rumah tangga yang mengolah tepung sagu menjadi berbagai produk makanan, seperti mie sagu, namun pemasarannya masih terbatas. Mie sagu Meranti sebagian besar dipasarkan di Kota Pekanbaru, selanjutnya oleh UMKM di Pekanbaru, mie sagu Meranti diolah menjadi kuliner yang menggugah selera. Kuliner lokal berbahan dasar sagu (mie sagu), memiliki cita rasa yang unik, sehingga memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen. Saat ini kuliner mie sagu banyak diminati oleh Masyarakat Riau, wisatawan domestic, bahkan manca negara. Wisatawan yang datang ke Riau lebih tertarik pada kuliner lokal atau kuliner tradisional dibandingkan yang siap saji. Peluang bisnis kuliner mie sagu akan tergantung dari penerimaan atau referensi konsumen terhadap produk tersebut. Preferensi konsumen akan membentuk sikap konsumen yang seringkali mempengaruhi apakah konsumen akan membeli suatu produk atau tidak (Kusumawaty Y dan Fitriani S, 2011). Menurut Tjiptono (2001) fitur produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan.

Menurut Kurniawati dkk. (2014) bisnis kuliner saat ini sedang marak menawarkan produknya dengan kualitas yang baik demi mengambil hati para konsumen, karena mayoritas masyarakat Indonesia

adalah penggemar kuliner. Pada umumnya semakin tinggi persepsi pelanggan terhadap kualitas suatu makanan maka semakin tinggi kepuasan konsumen yang akan diperoleh (Santoso, 2016). Kualitas produk yang dihasilkan merupakan cerminan dari kinerja, oleh sebab itu aspek kualitas kerja sangat penting karena menjaga kualitas hasil kerja merupakan upaya memuaskan harapan para pelanggan (Fathurahman dan Eddy Irsan Siregar, 2019). Selanjutnya Nurfauzi dkk., (2023) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kombinasi dari properti dan karakteristik yang menentukan sejauh mana output dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan. Bisnis kuliner akan bisa terus berkembang, ketika produk terjual memenuhi standar penjualan pasar maka bisa dikatakan konsumen tersebut puas.

Indikator kepuasan konsumen adalah kunci untuk mempertahankan pelanggan (Kotler dan Keller, 2011). Ketika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, mereka cenderung kembali untuk bertransaksi lagi bahkan merekomendasikan produk atau jasa. Sebaliknya, pengalaman buruk dalam berinteraksi dengan perusahaan dapat berakibat fatal, termasuk kehilangan pelanggan secara permanen dan potensi penyebaran ulasan negatif yang dapat merusak reputasi bisnis. Kotler (2008) menyatakan kepuasan konsumen berkaitan dengan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang mereka pikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kualitas barang dan layanan yang baik dapat menyebabkan konsumen merasa puas dan memberi apresiasi kepada produsen. Saat ini informasi tingkat kepuasan konsumen terhadap kehadiran kuliner lokal mie sagu masih minim. Oleh karena itu tingkat kepentingan dan kinerja industri kuliner local itu perlu dikaji, agar mengetahui apa prioritas yang harus diperbaiki untuk keberlanjutan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap kuliner lokal mie sagu yang diproduksi oleh rumah industri kuliner UMKM Kota Pekanbaru.

## METODE

Penelitian dilaksanakan pada UMKM yaitu rumah industri kuliner mie sagu di Kota Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung rumah industri kuliner mie sagu di Kota Pekanbaru. Sampel diperoleh dengan menggunakan metode nonprobability Sampling dengan teknik pengambilan sampel berdasarkan Judgement Sampling, yaitu berdasarkan kebetulan yaitu konsumen mie sagu yang ditemui oleh peneliti saat membeli mie sagu dan pernah membeli sebelumnya, serta dipandang cocok untuk dijadikan sebagai sampel.

## HASIL

Analisis tingkat kepentingan dan kinerja dilakukan untuk mengetahui sejauh mana harapan dan kepuasan yang dirasakan konsumen terhadap kuliner mie sagu. Hasil perhitungan berdasarkan tabel 2 dan tabel 3 didapatkan rata-rata skor tingkat kinerja sebesar 315 dan tingkat kepentingan 392.

Tabel 2. Hasil analisis Tingkat Kinerja terhadap Atribut Kuliner Mie Sagu

| No. | Atribut Produk                             | Tingkat Kinerja |    |    |    | Total Skor |
|-----|--|-----------------|----|----|----|------------|
|     |  | 1               | 2  | 3  | 4  |            |
| 1.  | Rasa enak dan kha mie sagu                 | 0               | 0  | 26 | 74 | 374        |
| 2.  | Unik dan tidak terlalu lembek              | 0               | 4  | 53 | 43 | 339        |
| 3.  | Kelengkapan penyusun mie sagu              | 2               | 3  | 54 | 41 | 334        |
| 4.  | Jaminan produk (Higinies, aman dikonsumsi) | 6               | 8  | 45 | 41 | 321        |
| 5.  | Aroma                                      | 0               | 20 | 64 | 16 | 296        |
| 6.  | Kematangan bahan penyusun mie sagu         | 0               | 8  | 50 | 42 | 334        |
| 7.  | Topping mie sagu                           | 0               | 18 | 46 | 36 | 318        |
| 8.  | Variasi kuliner mie sagu                   | 1               | 5  | 68 | 26 | 319        |
| 9.  | Tampilan kuliner mie sagu secara visual    | 0               | 4  | 62 | 34 | 330        |
| 10. | Kesesuaian harga                           | 0               | 0  | 56 | 44 | 344        |
| 11. | Porsi                                      | 0               | 2  | 62 | 36 | 334        |
| 12. | Kecepatan penyajian                        | 2               | 2  | 65 | 41 | 365        |
| 13. | Kesopanan dan keramahan pramusaji          | 0               | 9  | 47 | 44 | 335        |

Tabel 3. Hasil Analisis Tingkat Kepentingan Terhadap Atribut Kuliner Mie Sagu

| No. | Atribut Produk                             | Tingkat Kinerja |    |    |    | Total Skor |
|-----|--|-----------------|----|----|----|------------|
|     |  | 1               | 2  | 3  | 4  |            |
| 1.  | Rasa enak dan kha mie sagu                 | 0               | 0  | 26 | 74 | 374        |
| 2.  | Unik dan tidak terlalu lembek              | 0               | 4  | 53 | 43 | 339        |
| 3.  | Kelengkapan penyusun mie sagu              | 2               | 3  | 54 | 41 | 334        |
| 4.  | Jaminan produk (Higinies, aman dikonsumsi) | 6               | 8  | 45 | 16 | 296        |
| 5.  | Aroma                                      | 0               | 20 | 64 | 42 | 334        |
| 6.  | Kematangan bahan penyusun mie sagu         | 0               | 8  | 50 | 42 | 334        |
| 7.  | Topping mie sagu                           | 0               | 18 | 46 | 36 | 318        |
| 8.  | Variasi kuliner mie sagu                   | 1               | 5  | 68 | 26 | 319        |
| 9.  | Tampilan kuliner mie sagu secara visual    | 0               | 4  | 62 | 34 | 330        |
| 10. | Kesesuaian harga                           | 0               | 0  | 56 | 44 | 344        |
| 11. | Porsi                                      | 0               | 2  | 62 | 36 | 334        |
| 12. | Kecepatan penyajian                        | 2               | 2  | 65 | 41 | 365        |
| 13. | Kesopanan dan keramahan pramusaji          | 0               | 9  | 47 | 44 | 335        |

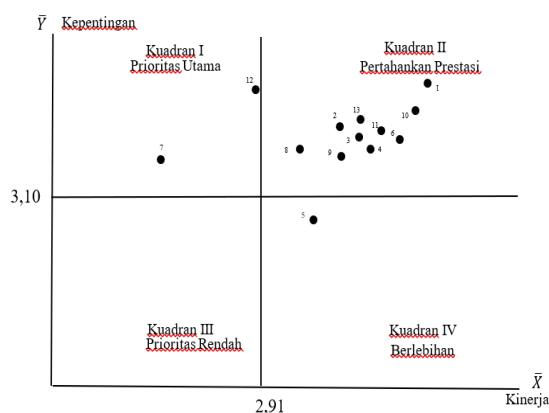
Importance Performance Analysis (IPA) merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan kinerja/kepuasan dari atribut kuliner mie sagu, berdasarkan skor atribut rata-rata secara menyeluruh. Berdasarkan analisis IPA dapat diketahui faktor-faktor mana yang dianggap paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen berkaitan dengan kepuasan terhadap produk kuliner lokal mie sagu. Skor penilaian rata-rata kepentingan dan kinerja ditampilkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Skor Nilai Rata-rata Keseluruhan Tingkat Kinerja/Kepuasan dan Tingkat Kepentingan Atribut Kuliner Mie Sagu

| No.                        | Atribut Produk                             | $\bar{X}$ | $\bar{Y}$ |
|----------------------------|--|-----------|-----------|
| 1.                         | Rasa enak dan kha mie sagu                 | 3,62      | 3,74      |
| 2.                         | Unik dan tidak terlalu lembek              | 3,12      | 3,39      |
| 3.                         | Kelengkapan penyusun mie sagu              | 3,14      | 3,34      |
| 4.                         | Jaminan produk (Higinies, aman dikonsumsi) | 3,19      | 3,21      |
| 5.                         | Aroma                                      | 3,00      | 2,96      |
| 6.                         | Kematangan bahan penyusun mie sagu         | 3,42      | 3,34      |
| 7.                         | Topping mie sagu                           | 2,38      | 3,18      |
| 8.                         | Variasi kuliner mie sagu                   | 2,94      | 3,19      |
| 9.                         | Tampilan kuliner mie sagu secara visual    | 3,11      | 3,30      |
| 10.                        | Kesesuaian harga                           | 3,44      | 3,44      |
| 11.                        | Porsi                                      | 3,26      | 3,34      |
| 12.                        | Kecepatan penyajian                        | 2,91      | 3,65      |
| 13.                        | Kesopanan dan keramahan pramusaji          | 3,25      | 3,35      |
| Skor rata-rata keseluruhan |  | 2,91      | 3,10      |

Rata-rata nilai kepentingan ( $\bar{Y}$ ) dari atribut yang membentuk kualitas produk sebesar 3,10, sedangkan rata-rata nilai kinerja ( $\bar{X}$ ) sebesar 2,91. Berdasarkan data

ini diperoleh posisi kuadran *Important Performance Analysis* (IPA) menggunakan diagram kartesius, Gambar 1.



Gambar 1. Posisi Important Performance Analysis

Diagram kartesius merupakan diagram yang memuat pemetaan atribut-atribut pada kuliner mie sagu. Hasil perhitungan pada IPA membentuk empat kuadran, yang masing-masing mempunyai representasi tersendiri (Yudha dkk, 2022). Hasil analisis dari metode IPA dapat memberikan umpan balik positif maupun negatif kepada perusahaan terkait kinerja sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerja mereka di masa depan. Kuadran I (Prioritas Utama): Atribut yang dianggap penting oleh konsumen tapi kenyataannya kinerja atribut belum sesuai dengan apa yang konsumen harapkan. Atribut yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya adalah atribut X7 dan X12. Kuadran II (Pertahankan Prestasi): Atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan kinerja atribut sudah sesuai dengan apa yang konsumen harapkan. Atribut yang dipertahankan adalah atribut X1, X2, X3, X4, X6, X8, X9, X10, X11. Kuadran III (Prioritas Rendah): Atribut yang dirasa kurang penting oleh konsumen dan dalam kenyataannya kinerjanya pun tidak terlalu istimewa. Kuadran IV (berlebihan): Atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen, namun dirasakan terlalu berlebihan dalam kinerjanya.

*Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan yaitu

dengan menilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari suatu atribut. Berdasarkan perhitungan CSI, tingkat kepuasan terhadap kuliner mie sagu dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5. Hasil Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI)

| No. | Atribut   | $\bar{Y}$ | WF   | $\bar{X}$ | WS     |
|-----|---|-----------|------|-----------|--------|
| 1.  | Rasa enak dan kha mie sagu                              | 3,74      | 8,61 | 3,62      | 31,17  |
| 2.  | Unik dan tidak terlalu lembek                           | 3,39      | 7,81 | 3,12      | 24,35  |
| 3.  | Kelengkapan penyusun mie sagu                           | 3,34      | 7,69 | 3,14      | 23,84  |
| 4.  | Jaminan produk (Higinies, aman dikonsumsi)              | 3,21      | 7,39 | 3,19      | 23,58  |
| 5.  | Aroma   | 2,96      | 6,82 | 3,00      | 20,45  |
| 6.  | Kematangan bahan penyusun mie sagu                      | 3,34      | 7,69 | 3,42      | 26,30  |
| 7.  | Topping mie sagu  | 3,18      | 7,32 | 2,38      | 17,43  |
| 8.  | Variasi kuliner mie sagu                                | 3,19      | 7,35 | 2,94      | 21,59  |
| 9.  | Tampilan kuliner mie sagu secara visual                 | 3,30      | 7,60 | 3,11      | 23,63  |
| 10. | Kesesuaian harga  | 3,44      | 7,92 | 3,44      | 27,25  |
| 11. | Pori  | 3,34      | 7,69 | 3,26      | 25,07  |
| 12. | Kecepatan penyajian                                     | 3,65      | 8,40 | 2,91      | 24,46  |
| 13. | Kesopanan dan keramahan pramusaji                       | 3,35      | 7,71 | 3,25      | 25,07  |
|     | Weighted Total (WT)                                     |           |      |           | 314,19 |
|     | Customer Satisfaction Index (CSI) = 62,84% (cukup puas) |           |      |           |        |

Keterangan:

$\bar{Y}$  : Mean Importance Score,

$\bar{X}$  : Mean Satisfaction Score,

WF: Weight Factors,

WS: Weight Score

## PEMBAHASAN

Rumah industri kuliner mie sagu di Kota Pekanbaru menjadi salah satu gerai makanan yang diminati Masyarakat, namun kinerjanya belum sepenuhnya berjalan dengan baik, hal ini terlihat dari hasil analisis IPA dan analisis CSI. Berdasarkan analisis IPA dari diagram kartesius, terdapat dua atribut kuliner mie sagu pada kuadran I yaitu topping mie sagu dan kecepatan penyajian. Atribut ini perlu menjadi perhatian dan perlu perbaikan, karena belum mampu memberikan tingkat kepuasan yang memadai. Hasil wawancara terungkap konsumen menghendaki topping kuliner mie sagu yang menarik, nampak segar secara visual sehingga menggugah selera. Konsumen juga menyatakan bahwa mereka menunggu relative lama dari pemesanan mie sagu sampai penyajiannya. Atribut yang perlu dipertahankan berada pada kuadran II yaitu rasa enak dan khas mie sagu, ,unik dan tidak terlalu lembek, kelengkapan penyusun mie sagu, jaminan produk (Higinies, aman dikonsumsi), kematangan bahan penyusun

mie sagu, variasi kuliner mie sagu, tampilan kuliner mie sagu secara visual, kesesuaian harga, porsi. Atribut ini perlu dipertahankan karena dianggap sangat penting dan memuaskan konsumen.

Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan timbul dari perilaku konsumen mulai dari faktor-faktor yang memengaruhi serta proses pengambilan keputusan konsumen untuk membeli produk. Daya terima konsumen terhadap suatu makanan ditentukan oleh rangsangan yang timbul oleh makanan melalui pancaindra penglihatan, penciuman, pencicipan, dan pendengaran. Pada umumnya kerugian pada UMKM dikarenakan banyak pelaku usaha yang memulai bisnis tanpa mengetahui aspek penting dalam penjualan, salah satunya adalah kepuasan konsumen. (Prasetio dkk. 2023). Tingkat kepuasan konsumen akan dipengaruhi seberapa baiknya kinerja dari UMKM. Tingkat kinerja yang baik akan memberikan kepuasan pada konsumen.

Pada perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 62,84%. Nilai tersebut pada CSI Tingkat kepuasan konsumen terhadap kuliner lokal mie sagu secara keseluruhan berada pada range 0,51-0,65, sehingga nilai ini menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen kuliner lokal mie sagu untuk atribut atribut yang diuji dapat dikatakan cukup puas. Kategori ini mendeskripsikan bahwa tingkat kinerja hampir mendekati kepentingan atau harapan konsumen. Kondisi ini berarti kualitas produk kuliner lokal mie sagu masih bisa membuat konsumen akan membeli ulang produk tersebut. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas, artinya Ketika konsumen merasa puas terhadap produk yang di konsumsi maka ia membeli ulang dan memberitahukan kepada pihak lain (Simatauw dkk. 2017), hal ini juga ditambah dengan persepsi masyarakat terhadap pangan lokal sagu saat ini yang membaik (Nurul dkk, 2023; Abidin, Z., & Musadar, M. 2018). Walaupun hasil perhitungan diatas menunjukkan nilai indek kepuasan yang termasuk kriteria cukup puas, hal ini masih memungkinkan perbaikan kinerja yang

dilakukan oleh pihak pemilik usaha. Perbaikan kinerja ditujukan untuk menjaga eksistensi, tetap mampu bersaing dan mampu memberikan kepuasan yang lebih tinggi.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis Important Performan Analysis (IPA) menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa hal yang belum memenuhi harapan konsumen. atribut yang menjadi prioritas utama dalam meningkatkan kinerja dan untuk diperbaiki yaitu toping mie sagu dan kecepatan penyajian. Beberapa atribut dalam posisi pertahankan, yaitu rasa, keunikan, kelengkapan penyusun mie sagu, jaminan, kematangan, variasi produk, tampilan, harga dan porsi.

Hasil perhitungan nilai Indeks kepuasan konsumen (CSI) kuliner local mie sagu diperoleh nilai 62,46 %, berada pada range 0,50-0,66, berarti konsumen cukup puas dengan tingkat kinerja atribut pada kuliner local mie sagu.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abidin, Z., dan Musadar, M. 2018. Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Pangan Lokal Sagu Di Kota Kendari Sulawesi Tenggara. *Agridevina: Berkala Ilmiah Agribisnis*, 7(1), 1-13.
- Afiza, Y., Nurul, H., dan Novitasari, R. 2023. Persepsi Masyarakat Terhadap Pangan Lokal Sagu Di Kecamatan Gaung Anak Serka. *Jurnal Agribisnis*, 12(1), 63-69.
- Arikunto, S., 2010. Metode penelitian. *Jakarta: Rineka Cipta*, 173.
- Elida, S., Amin, A. M., Sutrisno, J. and Darsono. 2023. Increasing the Competitiveness of Agroindustry Sago Products through Resource Optimization. *International Journal on Advanced Science, Engineering & Information Technology*, 13(4):1372-1377.
- Fatkhurrahman, F., dan Siregar, E. I. 2019. Kinerja Bisnis Kuliner Dalam

- Menghadapi Persaingan Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 5(2), 170-176.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2004. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi kesembilan, Jilid 1, dialih Bahasa oleh Alexander Sidoru. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2011. Menejemen Pemasaran. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Kurniawati, D., dan Suharyono, A. K. 2014. Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan KFC cabang Kawi Malang), *JAB*, 14(2): 1-9
- Kusumawaty, Y., dan Fitriani, S. 2011. Kajian Proses Produksi Dan Tingkat Kesukaan Konsnmen Terhadap Mi Sagu Tradisional Riau. *Sagu*, 10(01): 42-48
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. 2023. Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1): 183-188.
- Peranginangin, J., Rahayu, E., Putri, P. A., dan Ferdian, I. M. 2023. The Influence of Brand Image, Product Uniqueness, and Customer Satisfaction on Repurchase Intentions in the Culinary Business. In *1st International Hospitality, Travel and Event Conference (IHTREC 2023)* (pp. 226-237). Atlantis Press.
- Prastio, T. E., Khoiriyah, N., dan Rianti, T. S. M. 2023. Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Keripik Tempe di UMKM Sanan Kota Malang. *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 7(1):57-64.
- 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): 94-109
- Simatauw, D., Parera, W. B., dan Tuhumury, M. T. 2018. Pengaruh Kualitas dan Harga Produk Olahan Sagu Terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Kasus Di Pusat Oleh-Oleh “G” Dan “P10” Kota Ambon. *Agrilan: Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 5(3):292-306.
- Siswati, E., dan Pudjowati, J. 2023. Analysis of Factors Influencing Consumer Purchasing Decisions at Culinary Micro Small and Medium Enterprises Centers in Sidoarjo Square. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (JPENSI)*, 8(2):226-223.
- Tjiptono, F. 2011 Manajemen and strategi merek. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjokrokusumo, D. (2018). The potency of sago (*Metroxylon* spp.) crops for food diversity. *Biodivers Intl J*, 2(3): 239-240.
- Yusuf, D. N., and Sutariati, G. A. K. 2021, The potential of sago as a local food ingredient to support the food security in South Konawe. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 807, No. 2, p. 022077). IOP Publishing.