



STUDI PREFERENSI TAMU TERHADAP KUALITAS MAKANAN DAN PELAYANAN: PERSPEKTIF MANAJEMEN DI SANGKAR RESTORAN, BVLGARI RESORT BALI

*Maggie Gunawan¹, Bawa Mulyono Hadi², Daniel Pandu Mau³, Achmad
Taufiq⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Seni Kuliner, Akademi Sages, 67156, Indonesia

*E-mail Korespondensi: mgggunawan@gmail.com

ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, dengan Bali sebagai salah satu destinasi wisata andalan. Bvlgari Resort Bali, khususnya Sangkar Restoran, menawarkan pengalaman kuliner yang unik dengan pemandangan tepi tebing dan menu internasional yang memadukan hidangan khas Indonesia dengan teknik kuliner kontemporer. Penelitian ini bertujuan menganalisis preferensi tamu terhadap kualitas makanan dan pelayanan di Sangkar Restoran, menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajemen dan staf restoran serta observasi langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas makanan yang tinggi, penggunaan bahan-bahan premium, penyesuaian menu berdasarkan preferensi tamu, suasana restoran yang elegan, serta pelayanan yang ramah dan profesional, merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan tamu. Kesimpulannya, faktor-faktor ini berperan penting dalam menciptakan pengalaman kuliner yang memuaskan, yang berdampak positif pada loyalitas tamu dan keberlanjutan bisnis restoran dan *resort*.

Kata Kunci: Kualitas Makanan; Loyalitas Tamu; Pelayanan Restoran; Pengalaman Kuliner; Preferensi Tamu

ABSTRACT

Tourism is a vital sector in Indonesia's economy, with Bali being a premier destination. Bvlgari Resort Bali, particularly Sangkar Restaurant, offers a unique dining experience with cliffside views and an international menu that blends traditional Indonesian dishes with contemporary culinary techniques. This study aimed to analyze guest preferences regarding the quality of food and service at Sangkar Restaurant, using a qualitative case study approach. Data were collected through in-depth interviews with restaurant management and staff and direct observations. The results showed that high food quality, premium ingredients, menu customization based on guest preferences, elegant restaurant ambiance, and friendly, professional service were key factors influencing guest satisfaction. The conclusion highlighted that these factors played a crucial role in creating a satisfying culinary experience, positively impacting guest loyalty and the sustainability of the restaurant and resort business.

Keywords: Culinary Experience; Food Quality; Guest Loyalty; Guest Preferences; Restaurant Service

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, dengan Bali sebagai salah satu destinasi wisata andalan yang dikenal skala internasional. Bali menawarkan keindahan alam, kekayaan budaya, keunikan seni, dan pengalaman kuliner yang menarik. Salah satu *resort* mewah di Bali adalah Bvlgari Resort Bali, yang dikenal dengan fasilitas eksklusif dan layanan berkualitas tinggi. Di dalam *resort* ini, Sangkar Restoran adalah salah satu tempat yang paling diminati oleh tamu, baik untuk menikmati hidangan maupun merasakan suasana berbeda yang khas.

Sangkar Restoran terletak di tepi tebing dengan suasana yang elegan tetapi tetap santai, menampilkan keindahan langit-langit yang megah dan lampu anyaman tradisional. Restoran ini menawarkan menu internasional yang menggabungkan hidangan populer khas Indonesia dengan teknik kuliner kontemporer. Sepanjang hari, tamu dapat menikmati hidangan khas tersebut seperti *tamarind chicken breast*, *bamboo shoot and vegetable curry with turmeric-scented rice*, dan menu lainnya. Sebagai restoran utama dari Bvlgari Resort Bali, Sangkar menyediakan sarapan (*breakfast*), makan siang (*lunch*), dan makan malam (*dinner*) dengan pilihan menu yang beragam dari masakan tradisional Indonesia, Asia, barat Barat. Restoran ini juga memiliki area *indoor* dan *outdoor* serta dilengkapi dengan *wine cellar* (Bvlgari, 2023).

Kualitas makanan dan pelayanan di Sangkar Restoran memainkan peran krusial dalam membentuk dan menciptakan pengalaman tamu. Kualitas makanan adalah elemen penting dari keseluruhan pengalaman di restoran, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti rasa, penampilan, konsistensi, tekstur, dan suhu makanan (Kivela *et al.*, 1999; Potter & Hotchkiss, 1998). Kualitas pelayanan juga sangat penting karena merupakan hasil evaluasi subjektif dari konsumen berdasarkan perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan (Ozdemir & Caliskan, 2014; Parasuraman *et al.*, 1988). Model SERVQUAL (*Service Quality*), yang mencakup *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*, sangat relevan untuk industri berbasis layanan seperti pariwisata, termasuk restoran (Yuan *et al.*, 2005; Khan & Shaikh, 2011).

Pariwisata kuliner, yang mengedepankan makanan tradisional sebagai pusat pengalaman, memainkan peran penting dalam industri pariwisata karena setiap wisatawan memerlukan makanan dalam kehidupan sehari-hari (Ardika, 2011). Pariwisata kuliner menawarkan keunikan dan sensasi rasa melalui cita rasa, penggunaan rempah-rempah lokal, cara pengolahan, dan variasi penyajian yang khas (Adnyana, 2020). Perilaku konsumen dalam pariwisata kuliner dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti karakter, gaya hidup, status sosial ekonomi, dan pengalaman masa lalu (Priansa, 2017; Kotler & Armstrong, 2017). Kepuasan pelanggan, diukur dari sejauh mana kinerja produk atau layanan memenuhi harapan pembeli, berpengaruh langsung pada loyalitas dan niat berkunjung kembali (Kotler & Armstrong, 2017).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas makanan dan pelayanan adalah dua komponen utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran. Ryu & Han (2011) menemukan bahwa kualitas makanan dan pelayanan yang baik berdampak positif pada kepuasan pelanggan, yang dapat meningkatkan niat untuk berkunjung kembali. Primanto & Darmmesta (2019) menegaskan bahwa niat untuk berkunjung kembali penting karena mempengaruhi total kumulatif pembelian pelanggan dan omzet restoran di kawasan wisata. Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, M.A. di dalam Utama (2019) mencatat bahwa kualitas layanan di industri pariwisata sering bervariasi dan dipengaruhi oleh jumlah tamu yang dilayani dalam satu waktu.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam preferensi tamu terhadap kualitas makanan dan pelayanan di Sangkar Restoran, Bvlgari Resort Bali. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan data primer yang diperoleh dari wawancara langsung dengan manajemen dan staf restoran, memberikan perspektif langsung tentang preferensi dan kepuasan tamu. Fokus pada pengalaman *dining* yang personal dan privat di Sangkar Restoran menambah nilai baru dalam konteks kuliner mewah.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ilmu pariwisata dan perhotelan, khususnya dalam konteks pengalaman kuliner di destinasi wisata eksklusif. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi manajemen restoran dan *resort* untuk meningkatkan kualitas layanan dan makanan, serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini juga memberikan wawasan baru bagi

akademisi dan praktisi dalam memahami dinamika preferensi konsumen di industri kuliner dan perhotelan. Kepuasan pelanggan yang tinggi dapat mempengaruhi loyalitas dan retensi pelanggan, dengan faktor internal dan eksternal seperti kondisi psikologis, kebiasaan makan, kualitas makanan, ketepatan waktu penyajian, dan sikap pelayan berperan penting dalam hal ini (Evirasanti *et al.*, 2016; Kotler & Armstrong, 2017; Umar, 2005).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus untuk menganalisis preferensi tamu terhadap kualitas makanan dan pelayanan di Sangkar Restoran, Bvlgari Resort Bali. Jenis data yang dikumpulkan meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan manajemen dan staf restoran serta observasi langsung di lokasi. Wawancara semi-terstruktur (*semi-structured interview*) digunakan untuk menggali pandangan, pengalaman, dan persepsi tamu serta staf, sedangkan observasi dilakukan untuk memantau interaksi dan praktik pelayanan secara langsung. Data sekunder dikumpulkan dari dokumentasi internal restoran, seperti menu dan laporan kepuasan tamu, serta studi literatur yang relevan. Teknik penentuan informan menggunakan *purposive sampling*, memilih staf yang memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung yang relevan dengan topik penelitian.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis tematik, di mana data wawancara dan observasi dikategorikan dan dikelompokkan berdasarkan tema-tema utama yang muncul. Transkripsi wawancara dan catatan observasi dianalisis untuk mengidentifikasi pola dan tren terkait kualitas makanan dan pelayanan. Temuan disajikan dalam bentuk naratif yang mendalam, mencakup kutipan langsung dari wawancara untuk memberikan gambaran jelas mengenai preferensi tamu dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mereka. Laporan penelitian menyajikan hasil analisis secara deskriptif, dengan diskusi tentang temuan utama, implikasi untuk manajemen restoran, serta rekomendasi untuk perbaikan kualitas layanan dan makanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas makanan, preferensi dan karakteristik tamu, pengalaman kuliner dan suasana, serta pengaruh konsep dan menu spesial di Sangkar Restoran Bvlgari Resort Bali. Berdasarkan data wawancara dengan para staf dan manajemen, ditemukan bahwa faktor-faktor ini memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan tamu dan pengalaman kuliner yang holistik. Berikut adalah hasil dan pembahasan penelitian ini yang dijabarkan secara lebih rinci:

1) Kualitas Makanan dan Menu

Kualitas makanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan kepuasan tamu di restoran. Kualitas makanan dan pilihan menu di Sangkar Restoran Bvlgari Resort Bali berkontribusi terhadap pengalaman kuliner tamu. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas makanan di restoran tersebut memainkan peran kunci dalam menciptakan pengalaman kuliner yang memuaskan bagi tamu. I Wayan Wiana (*Chef de Cuisine*) menjelaskan bahwa mereka menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi seperti *Canadian Lobster*, *Beluga Caviar*, *Wagyu Beef Japanese Marbeling Grade 9*, dan *Hokkaido Scallop* yang menandai standar *ultra-luxury* yang dipertahankan. Hal ini sejalan dengan temuan dari Kivela *et al.* (1999) dan Potter & Hotchkiss (1998) yang menyatakan bahwa kualitas makanan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti rasa, penampilan, konsistensi, tekstur, dan suhu makanan, yang semuanya berkontribusi pada pengalaman kuliner yang holistik.

Selain itu, Abdul Hadi (*Restaurant Manager*) menyebutkan bahwa menu populer seperti *Ultimate Nasi Goreng*, *Spaghetti Vongole*, *Beef Steak Kivami Mb9+*, Ikan Bakar Colo-Colo, Udang Nyat-nyat, dan hidangan lainnya sering dipesan oleh tamu. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara hidangan tradisional dan internasional mampu menarik perhatian berbagai tamu dari berbagai negara. Hal ini didukung oleh penelitian Ryu & Han (2012), yang menemukan bahwa kualitas makanan yang baik berdampak positif pada kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan niat untuk berkunjung kembali. Penggunaan bahan-bahan berkualitas tinggi juga mencerminkan komitmen restoran untuk memberikan pengalaman kuliner yang tidak hanya memuaskan secara rasa tetapi juga memenuhi standar kesehatan dan keamanan pangan (*food safety*), sebagaimana disarankan oleh Neacșu & Tulbure (2023) dan Maryna *et al.* (2022).

2) Preferensi dan Karakteristik Tamu

Preferensi kuliner tamu sangat bervariasi dan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti asal negara, budaya, dan kebiasaan makan. Preferensi dan karakteristik tamu mempengaruhi menu dan layanan yang ditawarkan oleh Sangkar Restoran. Preferensi kuliner tamu yang beragam berdasarkan asal negara mereka menjadi tema yang signifikan dalam penelitian ini. I Wayan Wiana dan Abdul Hadi mengidentifikasi bahwa tamu dari India cenderung meminta makanan khas India seperti *Kare*, *Naan*, *Dosa*, *Biryani*, dan *Chicken Tandoori*, sementara tamu Tiongkok lebih suka hidangan Indonesia. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk penyesuaian menu berdasarkan preferensi budaya tamu, yang relevan dengan temuan Priansa (2017) dan Kotler & Armstrong (2017) tentang bagaimana perilaku konsumen dalam pariwisata kuliner dipengaruhi oleh karakter, gaya hidup, status sosial ekonomi, dan pengalaman masa lalu.

Suantari Komang (*Wait Staff*) juga menekankan bahwa tamu dari Tiongkok, Rusia, dan Swiss memiliki karakteristik yang berbeda dalam memilih makanan, dengan tamu Tiongkok lebih memilih makanan khas seperti *Balinese Set Breakfast* dan *Ultimate Nasi Goreng*. Penyesuaian menu ini penting untuk memenuhi harapan dan kebutuhan tamu, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka (Parasuraman *et al.*, 1988). Adaptasi ini juga mencerminkan pemahaman manajemen restoran terhadap pentingnya diversifikasi menu untuk memenuhi selera internasional, sebagaimana diungkapkan oleh Reuland *et al.*, (1985).

3) Pengalaman Kuliner dan Suasana

Suasana restoran dan pengalaman kuliner merupakan komponen penting yang berkontribusi terhadap kepuasan tamu. *Ambience* dan suasana di Sangkar Restoran mempengaruhi pengalaman kuliner tamu. Suasana restoran dan layanan memainkan peran penting dalam meningkatkan pengalaman kuliner tamu. I Wayan Wiana menyoroti bahwa *ambience* restoran yang elegan dengan *ocean view* menambah nilai pengalaman bersantap. Hal ini sejalan dengan penelitian Khan & Shaikh (2011) yang menunjukkan bahwa elemen tangibles dalam model SERVQUAL, seperti *ambience* restoran, mempengaruhi persepsi kualitas layanan. Elemen visual dan suasana lingkungan yang mendukung dapat menciptakan pengalaman kuliner yang lebih memikat dan menyenangkan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu.

4) Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu

Pelayanan yang berkualitas tinggi sangat penting dalam industri perhotelan dan restoran. Kualitas pelayanan memainkan peran krusial dalam membentuk kepuasan tamu. I Wayan Wiana menekankan bahwa pelayanan yang ramah dan profesional, ditambah dengan kemampuan kustomisasi menu sesuai permintaan tamu, sangat berpengaruh terhadap pengalaman positif tamu. Hal ini sejalan dengan temuan Kivela *et al.* (1999) dan Sulek & Hensley (2004), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan tamu secara signifikan.

Model SERVQUAL, yang terdiri dari *reliability, responsiveness, assurance, empathy,* dan *tangibles* (Parasuraman *et al.*, 1988), sangat relevan dalam konteks ini. Abdul Hadi menyebutkan bahwa staf pelayanan selalu siap memenuhi kebutuhan tamu dengan cepat dan tepat, serta memberikan jaminan bahwa semua permintaan akan dipenuhi dengan standar kualitas tinggi. Pendekatan ini mencerminkan komponen-komponen SERVQUAL, terutama dalam hal keandalan dan responsivitas, yang berkontribusi pada kepuasan keseluruhan tamu. Penerapan model ini juga menunjukkan komitmen restoran terhadap pelayanan pelanggan yang proaktif dan responsif, sebagaimana diungkapkan Parasuraman *et al.*, (1988).

5) Pentingnya *Personalization* dan *Customization*

Personalization dan *customization* dalam layanan kuliner dapat meningkatkan kepuasan tamu dengan memenuhi kebutuhan dan preferensi individual. Restoran menyesuaikan layanan dan menu untuk memenuhi permintaan khusus tamu, seperti permintaan makanan India yang tidak ada dalam menu standar. Fleksibilitas dan kemampuan kustomisasi ini meningkatkan pengalaman tamu dan kepuasan mereka. Penyesuaian menu berdasarkan preferensi budaya tamu menunjukkan komitmen untuk memenuhi harapan tamu dengan standar yang tinggi. *Personalization* dan *customization* menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman kuliner yang unik dan memuaskan. Menurut Pine & Gilmore (1999), pengalaman yang dipersonalisasi dapat meningkatkan nilai yang dirasakan oleh pelanggan dan memberikan keunggulan kompetitif bagi penyedia layanan.

6) Pengalaman Unik melalui Konsep dan Acara Khusus

Konsep kuliner dan acara khusus dapat memberikan pengalaman yang berbeda dan menarik bagi tamu. Konsep dan acara khusus di Sangkar Restoran menarik minat tamu dan meningkatkan kepuasan mereka. Konsep kuliner yang ditawarkan, seperti *dine by design* dan *seasonal festive menu*, juga berperan penting dalam menarik minat tamu. Melati Putri Susilo (*Villa Manager*) menyebutkan bahwa konsep acara khusus dan menu yang berbeda dari restoran dapat menambah daya tarik. Komang Gede Krisna Caka Manginte (*Wait Staff*) menambahkan bahwa variasi dalam menu, seperti *Barbeque (BBQ)* dan *Sunday Brunch*, memberikan pengalaman yang berbeda dan menarik bagi tamu yang ingin mencoba sesuatu yang baru. Hal ini menunjukkan pentingnya inovasi dan kreativitas dalam menyusun menu dan konsep kuliner untuk menjaga minat dan kepuasan tamu, sebagaimana disarankan oleh Adnyana (2020). Selain itu, konsep acara khusus ini juga mencerminkan strategi diferensiasi yang dapat meningkatkan citra dan daya saing restoran, sebagaimana diungkapkan oleh Porter (1985).

Analisis Keseluruhan Kualitas Pengalaman

Keseluruhan aspek-aspek di atas memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana Sangkar Restoran menciptakan pengalaman kuliner yang holistik dan memuaskan. Kualitas

makanan, pelayanan, suasana, dan konsep khusus berjalan bersama-sama untuk menciptakan pengalaman yang mempengaruhi niat tamu untuk berkunjung kembali. Penekanan pada penggunaan bahan-bahan berkualitas tinggi dan penyesuaian menu berdasarkan preferensi tamu menunjukkan komitmen untuk memenuhi harapan tamu dengan standar yang tinggi. Variasi dalam konsep kuliner dan pengalaman *dining* memberikan nilai tambah yang signifikan bagi tamu yang mencari pengalaman yang unik dan personal. Hal ini penting untuk meningkatkan loyalitas dan niat untuk berkunjung kembali, yang pada akhirnya berdampak positif pada keberlanjutan bisnis restoran dan *resort*. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pengalaman kuliner yang holistik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendukung keberlanjutan bisnis (Kivela & Crofts, 2006).

KESIMPULAN

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa kepuasan tamu di Sangkar Restoran, Bvlgari Resort Bali, dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yaitu kualitas makanan, preferensi budaya, suasana restoran, dan variasi menu spesial. Restoran ini berhasil memenuhi harapan tamu dengan menyediakan bahan-bahan berkualitas tinggi dan menyesuaikan menu berdasarkan preferensi tamu. Inovasi dalam konsep kuliner dan pengalaman *dining* juga menambah daya tarik bagi tamu, mendorong loyalitas dan niat untuk kembali berkunjung. Faktor-faktor ini secara keseluruhan berkontribusi positif terhadap keberlanjutan bisnis restoran dan *resort*. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan ilmu pariwisata dan perhotelan, khususnya dalam konteks pengalaman kuliner di destinasi wisata eksklusif. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi manajemen restoran dan *resort* untuk meningkatkan kualitas layanan dan makanan, serta mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan tamu di restoran mewah. Studi mendalam tentang dampak pengalaman kuliner pada loyalitas pelanggan dan niat untuk kembali dapat memberikan wawasan tambahan. Selain itu, penelitian di berbagai destinasi wisata mewah lainnya dapat memberikan perbandingan yang berguna untuk mengembangkan kebijakan dan praktik terbaik dalam manajemen restoran dan *resort*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, M. B. (2020). *Pengaruh electronic words of mouth dan brand image terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan pada kuliner rujak cingur sebagai makanan khas kota Surabaya* [Unpublished Master Thesis]. Udayana University.
- Ardika, I. W. (2011). Gastronomi dalam pariwisata budaya. In Putra, I. N. & Pitana, I. G. (Eds.), *Pemberdayaan & Hiperdemokras dalam Pembangunan Pariwisata* (pp. 17-27). Pustaka Larasan.
- Bvlgari (2023). Sangkar restaurant. *Bulgari Resort Bali*. https://www.bulgarihotels.com/en_US/bali/dining/sangkar-restaurant
- Evirasanti, M., Rahyuda, K., & Yasa, N. N. K. (2016). Pengaruh kualitas makanan, kualitas layanan dan lingkungan fisik terhadap kepuasan dan behavioral intentions (Studi di metis restaurant). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(12), 4331-4358. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/view/24395>.
- Khan, N. R. & Shaikh, U. (2011). Impact of service quality on customer satisfaction: Evidences from the restaurant industry in Pakistan. *Management & Marketing*, 9(2), 343-355. <https://doaj.org/article/40f8c483dd1c4b6aa14dd31cfc3efab1>

- Kivela, J., & Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- Kivela, J., Inbakaran, R., & Reece, J. (2000). Consumer research in the restaurant environment. Part 3: analysis, findings and conclusions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(1), 13-30. <https://doi.org/10.1108/09596110010304984>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi 12). Erlangga.
- Maryna, K., Olga, G., Lurchenco, S., Andreeva, S. S., & Cheremska, T. V. (2022). Systematic ensuring of food safety products of restaurant institutions. *Technical Sciences*, 64-73. <https://doi.org/10.32851/tnv-tech.2022.4.8>
- Neacșu, N. A. & Tulbure, A. (2023, March 21st-23rd). Quality and sustainability strategies implemented by fast food restaurants [Paper Presentation]. In *Smart Solution for a Sustainable Future*. The 18th International Conference on Business Excellence, Bucharest, Romania. (pp. 1559-1568). <https://doi.org/10.2478/picbe-2023-0140>
- Ozdemir, B. & Caliskan, O. (2014). A review of literature on restaurant menus: Specifying the managerial issues. *International Journal of Gastronomy and Food Sciences*, 2(1), 3-13. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2013.12.001>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:56252870>
- Pine II, B.J. & Gilmore, J.H. (1999). *The experience economy*. Harvard Business School Press.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Potter, N. N. & Hotchkiss, J. H. (1998). *Food science*. Springer Science & Business Media.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Alfabeta.
- Primanto, A. B. & Dharmmesta, B. S. (2019). What happens after they laugh: How humorous advertisements have an effect on consumers' attitudes, word of mouth intentions, and purchase intentions, with the need for humor playing a moderating role. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 34(2), 115-128. <https://doi.org/10.22146/jieb.23036>
- Reuland, R., Choudry, j., & Fagel, A. (1985). Research in the field of hospitality. *International Journal of Hospitality Management*, 4(4), 141-146. [https://doi.org/10.1016/0278-4319\(85\)90051-9](https://doi.org/10.1016/0278-4319(85)90051-9)
- Ryu, K. & Han, H. (2011). New or repeat customers: How does physical environment influence their restaurant experience?. *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 599-611. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.11.004>
- Sulek, J. M., & Hensley, R. L. (2004). The relative importance of food, atmosphere, and fairness of wait: The case of a full-service restaurant. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(3), 235-247. <https://doi.org/10.1177/0010880404265345>
- Umar, H. (2005). *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Utama, R. (2016, August 26th). Daya tarik pariwisata Bali. *RaiUtama*. <https://raiutama.wordpress.com/2016/08/24/daya-tarik-pariwisata-bali/>
- Yuan, J. J., Cai, L. A., Morrison, A. M., & Linton, S. (2005). An analysis of wine festival attendees' motivations: A synergy of wine, travel, and special events?. *Journal of Vacation Marketing*, 11(1), 41-58. <https://doi.org/10.1177/1356766705050842>