

Pengaruh Harga, *Display* Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kuliner Di Pasar Lama Tangerang

Trinita Apriyani¹⁾, Diana Silaswara²⁾

^{1,2}*Universitas Buddhi Dharma*

Email: trinitaapriyani30@gmail.com, diana.silaswara@ubd.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk meneliti seberapa besar Pengaruh Harga, *Display* Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Kuliner di Pasar Lama Tangerang, Data diperoleh dengan mengandalkan kuesioner kepada 200 responden, dengan jumlah responden perempuan sebanyak 123 orang dan laki – laki sebanyak 77 orang dan analisis menggunakan SPSS Versi 25. Metode sampling yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan kausal, sedangkan pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS Versi 25. Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Sederhana dan Berganda, Koefisien Determinasi, serta pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji f merupakan beberapa uji statistik yang digunakan dalam analisis data. Berdasarkan hasil uji t, bahwa variabel Harga memiliki nilai $11,266 > 1,652$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Variabel *Display* Produk memiliki nilai $16,792 > 1,652$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Variabel Fasilitas memiliki nilai $17,163 > 1,652$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, sementara itu Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai $20,630 > 1,652$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat diartikan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel-variabel tersebut berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, hasil uji f menunjukkan bahwa Variabel Harga, *Display* Produk, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Kuliner di Pasar Lama Tangerang. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian berpengaruh baik secara simultan maupun secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Harga, *Display Produk*, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Perkembangan wisata kuliner di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang cukup pesat, hal ini tidak terlepas dari kebutuhan manusia terhadap makanan dan minuman sebagai kebutuhan utama dalam kehidupan sehari – hari. Selain itu, perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung mengutamakan kepraktisan membuat banyak orang lebih memilih membeli makanan dan minuman di luar dibandingkan memasak sendiri di rumah.

Kondisi tersebut mendorong semakin banyaknya pelaku usaha yang tertarik untuk menjalankan bisnis di bidang kuliner, berbagai jenis makanan dan minuman terus bermunculan dengan beragam inovasi, baik dari segi rasa, tampilan, maupun konsep penyajiannya. Keunikan produk menjadi salah satu daya tarik yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk mencoba suatu makanan atau minuman.

Seiring dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha, tingkat persaingan di bidang kuliner juga semakin tinggi. Oleh karena itu, para pelaku usaha perlu memiliki keunggulan agar mampu menarik perhatian konsumen. Keunggulan tersebut dapat berupa harga yang sesuai, tampilan produk yang menarik, kualitas pelayanan yang baik, serta fasilitas yang dapat menunjang kenyamanan konsumen.

Salah satu kawasan yang dikenal sebagai pusat wisata kuliner kota Tangerang adalah pasar lama Tangerang, kawasan ini menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman yang beragam, mulai dari kuliner tradisional khas Indonesia hingga makanan modern dari berbagai negara. Keberagaman tersebut menjadikan pasar lama Tangerang sebagai salah satu destinasi kuliner yang cukup populer.

Selain dikenal sebagai kawasan kuliner, pasar lama Tangerang juga memiliki nilai sejarah dan budaya yang kuat. Di kawasan ini terdapat beberapa tempat ibadah dari berbagai agama yang letaknya berdekatan, seperti Vihara Boen Tek Bio yang telah berdiri sejak tahun 1684 (Kompas.com, 2023) serta Masjid Agung Al-Ittihad yang berdiri sejak tahun 1961 (Tangerangkota.go.id, 2024). Keberadaan tempat-tempat tersebut menjadi salah satu ciri khas dari kawasan Pasar Lama Tangerang.

Aktivitas di kawasan Pasar Lama Tangerang biasanya akan terlihat lebih ramai pada akhir pekan dibandingkan dengan hari kerja, pada hari biasa pengunjung yang datang umumnya merupakan masyarakat sekitar yang ingin menikmati kuliner setelah beraktivitas. Namun, ketika akhir pekan jumlah pengunjung meningkat karena banyak orang dari luar daerah yang datang untuk mencoba berbagai kuliner yang tersedia.

Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata kuliner di kawasan ini, jumlah pedagang yang berjualan juga terus bertambah, pada awal tahun 2000 – an terdapat lebih dari 50 pedagang yang berjualan di sekitar kawasan pasar lama. Memasuki tahun 2020 – an jumlah pedagang meningkat cukup pesat hingga mencapai sekitar 240 – 450 pedagang. (Christantia, 2023)

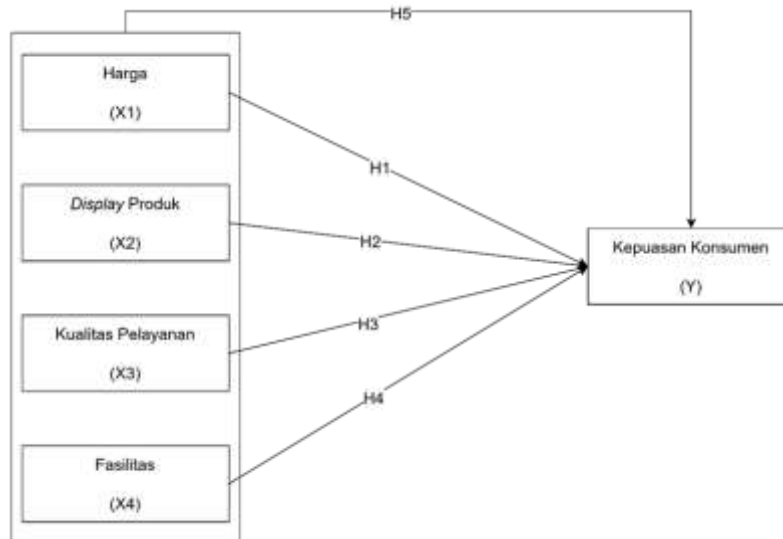
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kawasan Pasar Lama Tangerang terdapat sekitar 285 pedagang UMKM atau pedagang gerobak yang berjualan di sepanjang jalan Ki Samsun yang menjadi pusat aktivitas kuliner di kawasan tersebut. Jumlah pedagang yang cukup banyak ini menunjukkan bahwa kawasan pasar lama Tangerang memiliki potensi ekonomi yang besar dalam sektor kuliner.

Namun di sisi lain, banyaknya jumlah pedagang juga menyebabkan persaingan usaha menjadi semakin ketat. Dalam kondisi tersebut beberapa faktor seperti Harga, *Display* Produk, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas menjadi hal yang penting untuk diperhatikan, karena dapat mempengaruhi persepsi serta tingkat kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan masih terdapat beberapa keluhan dari pengunjung, seperti harga makanan dan minuman yang dianggap relatif lebih mahal, keterbatasan fasilitas umum seperti toilet dan wastafel, serta kondisi area parkir yang kurang nyaman ketika kawasan sedang ramai. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Pengaruh Harga, *Display* Produk,

Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Kuliner di Kawasan Pasar Lama Tangerang.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

H1 = Diduga variabel Harga (X1) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

H2 = Diduga variabel *Display* Produk (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

H3 = Diduga variabel Kualitas Pelayanan (X3) memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

H4 = Diduga variabel Fasilitas (X4) memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

H5 = Diduga secara simultan variabel Harga (X1), *Display* Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Fasilitas (X4) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal, yaitu penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab – akibat antar variabel. (Sugiyono, 2020) Dalam penelitian ini, variabel yang di analisis meliputi Harga, *Display* Produk, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Kuliner di Pasar Lama Tangerang.

Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih karena memiliki karakteristik yang sama, sehingga dapat mewakili keseluruhan populasi. Pengambilan sampel bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan atau melakukan generalisasi terhadap populasi yang diteliti. (Nilawati. S.Pt, 2023)

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Kawasan Kuliner Pasar Lama Tangerang, penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Lemeshow*, karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti atau bersifat tidak terbatas. (Jovinsen, 2022)

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat utama, kuesioner digunakan untuk memperoleh data dari responden melalui pertanyaan atau pernyataan yang disusun secara tertulis.

Pada penelitian ini kuesioner disebarakan secara online melalui Google Form dengan bentuk pernyataan tertutup, sehingga responden hanya memilih jawaban yang telah tersedia.

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang bertujuan untuk mengetahui sikap, pendapat, serta pandangan responden terhadap fenomena yang diteliti dan telah ditetapkan sebagai variabel penelitian.

Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini selanjutnya diolah dengan bantuan aplikasi SPSS Versi 25 untuk mempermudah proses analisis. Tahap awal dilakukan melalui analisis statistik deskriptif guna memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data, seperti nilai rata – rata, jumlah data, serta distribusinya sebagaimana dijelaskan oleh (Wibowo, 2025), bahwa statistik deskriptif digunakan untuk merangkum kondisi data penelitian. Selanjutnya, dilakukan uji validitas untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel, sebagaimana dijelaskan oleh (Ghozali, 2018) yang menyatakan bahwa uji validitas bertujuan untuk menilai kelayakan instrumen penelitian. Sementara itu, dilakukan Uji Reliabilitas untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden dengan menggunakan Cronbach's Alpha, dimana menurut (Gunawan, 2022) Reliabilitas berkaitan dengan kestabilan hasil pengukuran. (Ghozali, 2021) menyatakan bahwa suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,7. Sementara itu, dilakukan Uji Asumsi Klasik yang meliputi Uji Normalitas untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal, Uji Multikolinearitas untuk mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel independen. Sementara itu, Uji Heteroskedastisitas untuk melihat ada tidaknya ketidak samaan varians dalam model regresi, yang keseluruhannya mengacu pada pendapat (Ghozali, 2018). Selanjutnya digunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, kemudian pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk melihat pengaruh secara parsial dan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Operasional Variabel

Dalam Penelitian ini terdapat empat variabel yang ditentukan oleh peneliti diantaranya: Pengaruh Harga, *Display* Produk, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Konsumen. Dimana dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas (variabel independen) yang memiliki keterikatan dengan satu variabel terikat (variabel dependen).

HASIL

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa proses perhitungan yang dilakukan oleh alat atau program bergantung pada hasil dari setiap jenis uji yang dilakukan.

Tabel Uji Realibilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	X1	0,855	Reriabel
2.	X2	0.896	Reriabel
3.	X3	0,924	Reriabel
4.	X4	0,943	Reriabel

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25.0

Tabel Uji Validitas

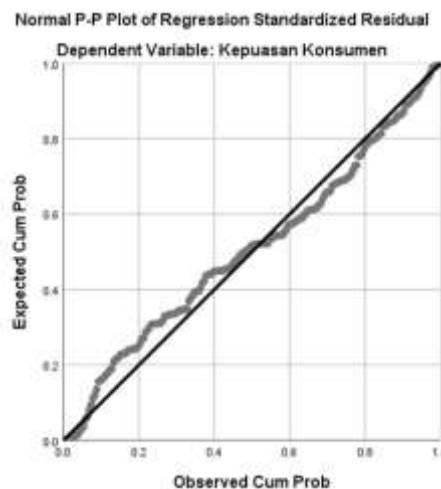
Pertanyaan	r hitung / pearson correlation	r tabel (taraf sig 5%)	Keterangan
Variabel Pengaruh Harga			
Harga makanan di pasar lama harus disesuaikan dengan daya beli konsumen	0,637	0,138	Valid
Harga yang dibayarkan harus mencerminkan kualitas makanan yang didapatkan	0,684		
Harga makanan di pasar lama harus bersaing dengan tempat kuliner yang lain di sekitar tangerang	0,532		
Harga yang dibayarkan harus sebanding dengan manfaat produk yang diperoleh	0,703		
Harga makanan di pasar lama harus wajar dibandingkan pedagang lain	0,623		
Potongan harga harus menarik minat pembeli	0,458		
Daftar harga harus sesuai dengan harga saat pembayaran	0,566		
Penjual harus menyediakan beberapa metode pembayaran (Tunai or Non - Tunai)	0,447		
Harga yang diberikan seharusnya tidak cepat mengalami perubahan kenaikan harga	0,633		
Penjual makanan seharusnya dapat memberikan potongan harga untuk konsumen	0,427		
Variabel Display Produk			
Makanan yang disusun harus menarik perhatian pembeli	0,629		
Pembeli harus mudah menjangkau makanan yang ingin dibeli dan dilihat	0,662		
Label harga dan jenis makanan harus ditampilkan dengan jelas ditempat penjual	0,568		

Penataan makanan harus memperhatikan kebutuhan pembeli di kawasan kuliner	0,636	0,138	Valid
Penjual harus menata makanan agar terlihat mengunggah selera	0,699		
Pembeli harus dimudahkan mencari jenis makanan yang di inginkan	0,701		
Produk makanan harus dapat diambil dengan mudah tanpa bantuan penjual	0,677		
Tampilan makanan harus menarik membuat konsumen untuk membeli	0,679		
Produk yang dipajang harus tampak bersih dan terjaga ke higienisan nya	0,614		
Tampilan makanan harus membuat pembeli merasa tertarik dan penasaran untuk mencicipi	0,568		
Variabel Kualitas Pelayanan			
Area kuliner harus terlihat bersih dan nyaman saat dikunjungi	0,704	0,138	Valid
Penjual makanan harus menggunakan peralatan yang bersih dan layak	0,749		
Penjual harus menjaga kerapian dan kebersihan dalam berpenampilan	0,739		
Pesanan saya disajikan harus cepat tanpa membuat konsumen menunggu lama	0,681		
Penjual harus melayani dengan waktu yang dijanjikan	0,668		
Penjual harus sigap merespon apabila ada keluhan dari pembeli	0,703		
Penjual harus memperlakukan pembeli dengan ramah dan penuh perhatian	0,670		
Penjual harus memahami kebutuhan pelanggan sesuai dengan keinginan pelanggan	0,761		
Penjual harus memberikan solusi yang baik ketika ada masalah dengan pesanan	0,729		
Penjual harus mengutamakan kepuasan pembeli dibandingkan keuntungan pribadi	0,22		
Variabel Fasilitas			
Area tempat makan harus ditata dengan baik	0,833	0,138	Valid
Tempat makan harus terasa nyaman untuk menikmati makanan	0,824		
Petunjuk arah dan papan informasi harus memudahkan pengunjung	0,704		
Harus tersedia fasilitas umum	0,782		
Pencahayaan malam hari harus terang di area kuliner	0,654		
Meja dan kursi harus tertata rapi dan cukup untuk pengunjung	0,864		
Pedagang harus dapat mendekorasi tempat berjualan dengan warna menarik	0,667		

Pengunjung harus merasa nyaman saat berada di lokasi kuliner pasar lama	0,763		
Penataan ruang makan harus memudahkan pengunjung memilih tempat duduk	0,819		
Area parkir dan fasilitas pendukung harus mencukupi disaat weekend	0,733		
Variabel Kepuasan Konsumen			
Makanan yang dijual memiliki rasa dan tampilan yang memuaskan	0,770	0,138	Valid
Harga yang ditawarkan sesuai dengan porsi dan citra rasa	0,713		
Promosi yang diberikan penjual sangat menarik minat beli	0,742		
Pelayanan yang diberikan harus memuaskan pembeli	0,758		
Pengunjung harus merasa nyaman menikmati makanan di kawasan wisata kuliner	0,762		
Wisata kuliner pasar lama harus dapat membuat pengunjung datang kembali	0,729		
Pengunjung dapat merekomendasikan pasar lama dengan teman maupun keluarga	0,722		
Kawasan kuliner pasar lama harus memiliki citra yang baik di mata masyarakat	0,674		
Akses transportasi ke pasar lama harus mudah di akses oleh pengunjung	0,646		
Pengalaman membeli makanan di pasar lama dapat memenuhi harapan pengunjung	0,806		

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25.0

Gambar Normal P-P Plot



Sumber: Hasil olahan data SPSS 25.0

Distribusi titik – titik pada grafik mengikuti garis diagonal secara konsisten, sehingga asumsi normalitas dapat diterima karena data terdistribusi normal.

Tabel Uji Multikoleniaritas

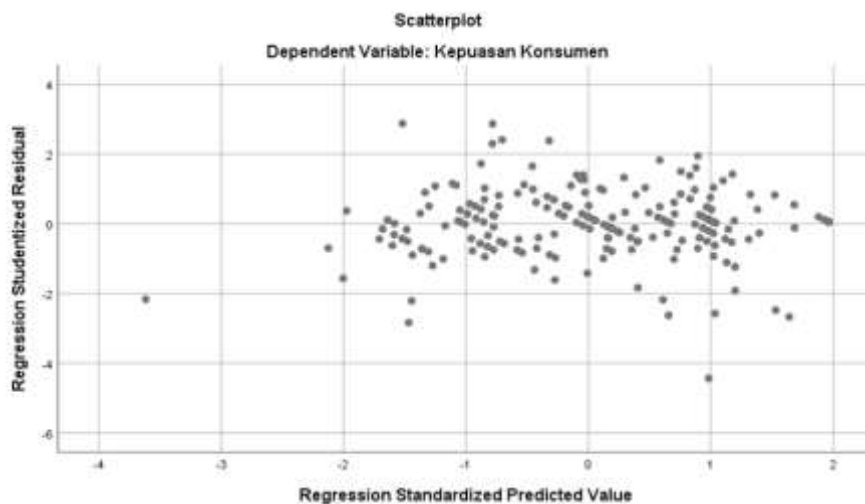
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.629	1.819		1.445	.150		
	Harga	.182	.059	.152	3.094	.002	.525	1.906
	Display Produk	.224	.071	.204	3.146	.002	.302	3.306
	Kualitas Pelayanan	.321	.073	.341	4.393	.000	.211	4.750
	Fasilitas	.217	.049	.283	4.437	.000	.312	3.201

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25.0

Temuan ini mengimplikasikan ketiadaan multikolinieritas pada variabel.

Tabel Uji Heteroskedasitas



Sumber: Hasil olahan data SPSS 25.0

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 10 serta tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel Analisis Regresi Liner Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,629	1,819		1,445	,150
	Harga	,182	,059	,152	3,094	,002
	Display Produk	,224	,071	,204	3,146	,002
	Kualitas Pelayanan	,321	,073	,341	4,393	,000
	Fasilitas	,217	,049	,283	4,437	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25.0

$$Y = 2,629 + 0,182 X_1 + 0,224 X_2 + 0,321 X_3 + 0,217 X_4$$

1. Nilai konstanta (α) sebesar 2,629 menunjukkan bahwa apabila semua variabel bebas (Pengaruh harga, Display Produk, Kualitas Pelayanan, Fasilitas) bernilai 0, keputusan pembelian adalah 2,629.
2. Koefisien beta (β_1) untuk Pengaruh Harga (X_1) adalah 0,182 yang berarti peningkatan 1 satuan terkait Pengaruh Harga berkontribusi pada peningkatan Kepuasan Konsumen sebanyak 0,182 unit. Di sisi lain, penurunan 1 unit akan mengakibatkan penurunan Kepuasan Konsumen sebesar 0,390 unit.
3. Koefisien beta (β_2) untuk *Display* Produk (X_2) adalah 0,224 menunjukkan peningkatan 1 satuan pada *Display* Produk meningkatkan Kepuasan Konsumen sebanyak 0,224 unit. Di sisi lain, penurunan 1 unit akan mengakibatkan penurunan Kepuasan Konsumen sebesar 0,224 unit.
4. Koefisien beta (β_3) untuk Kualitas Pelayanan (X_3) adalah 0,321, yang berarti peningkatan 1 satuan pada Kualitas Pelayanan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebanyak 0,321 unit. Di sisi lain, penurunan 1 unit akan mengakibatkan penurunan Kepuasan Konsumen sebesar 0,321 unit.
5. Koefisien beta (β_4) untuk Fasilitas (X_3) adalah 0,217, yang berarti peningkatan 1 satuan pada Fasilitas meningkatkan Kepuasan Konsumen sebanyak 0,217 unit. Di sisi lain, penurunan 1 unit akan mengakibatkan penurunan Kepuasan Konsumen sebesar 0,217 unit.

Tabel Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5629.599	4	1407.400	148.012	,000 ^b
	Residual	1854.196	195	9.509		
	Total	7483.795	199			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Harga, Display Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25.0

Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, nilai Fhitung sebesar 148,012 sesuai dengan tabel di atas. Variabel-variabel yang diteliti secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sebagaimana ditunjukkan oleh fakta bahwa Fhitung (148,012) lebih besar daripada Ftabel (3,04).

KESIMPULAN

1. Dari hasil pengujian secara parsial diketahui pengaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil analisa menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $3,094 > t_{tabel}$ 1,652. Maka Harga terbukti berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.
2. Dari hasil pengujian secara parsial diketahui pengaruh Display Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil analisa menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $3,146 > t_{tabel}$ 1,652. Maka Display Produk terbukti berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.
3. Dari hasil pengujian secara parsial diketahui pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil analisa menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $4,393 > t_{tabel}$ 1,652. Maka Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.
4. Dari hasil pengujian secara parsial diketahui pengaruh Fasilitas (X4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil analisa menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $4,437 > t_{tabel}$ 1,652. Maka Fasilitas terbukti berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.
5. Dari hasil pengujian secara simultan diketahui pengaruh Harga (X1), Display Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Fasilitas (X4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil analisa menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar $148,012 > F_{tabel}$ 3,04 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka secara bersama-sama variabel independen terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.

REFERENSI

- Christantia, A. S. P. dan N. R. (2023). *PRINSIP DAN ELEMEN PARIWISATA BERKELANJUTAN SEBAGAI DAYA TARIK DAN EKSISTENSI WISATA KULINER DI PASAR LAMA TANGERANG*. 210.
- Ghozali, P. H. I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.).
- Ghozali, P. H. I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate* (P. H. I. Ghozali (ed.); 10th ed.).
- Gunawan, C. (2022). *Mahir menguasai SPSS (Mudah mengolah data dengan IBM SPSS Statistic 25)* (2nd ed.). Penerbit Deepublish (Grup penerbitaan CV Budi Utama).
- Jovinsen, R. (2022). *PENGARUH DIGITAL MARKETING, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI SOE DI KUTABUMI*.
- Kompas.com. (2023). *Sejarah Kelenteng Tertua di Tangerang Boen Tek Bio, sejak 1684*. <https://travel.kompas.com/read/2023/01/18/093810227/sejarah-kelenteng-tertua-di-tangerang-boen-tek-bio-sejak-1684?page=all>
- Nilawati. S.Pt, M. (2023). *Metodologi Penelitian*. 36. http://repository.ppp.ac.id/1981/1/BUKU_AJAR_METODELOGI_PENELITIAN_2023_FIX_%281%29.pdf

- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif* (D. I. Sutopo.S.Pd (ed.); 2nd ed.). Alfabeta Bandung.
- Tangerangkota.go.id. (2024). *Sejarah Masjid Agung Al - Ittihad, Ikon Multikulturalisme di kota Tangerang*. <https://www.tangerangkota.go.id/berita/detail/41081/sejarah-masjid-agung-al-ittihad-ikon-multikulturalisme-di-kota-tangerang>
- Wibowo, F. X. P. (2025). *SPSS 25 utk ekonomi dan bisnis*. PT. Elex Media Komputindo.