

## **Eksplorasi Strategi Pemasaran: Kajian Kasus Observasi Online dengan menggunakan Matrix S.W.O.T.**

Antonius Felix<sup>1</sup>, Dimas Okta Briyanti<sup>2</sup>, Jessica Amelia<sup>3</sup>, Modesta Bancin<sup>4</sup>, Chyntia Angelyna<sup>5</sup>, dan Melvina Felicia Hanapi<sup>6</sup>.

Universitas Bunda Mulia, Jakarta Utara, Indonesia.

### **Abstrak**

Namaaz Dining, located in South Jakarta, has successfully captivated culinary enthusiasts with its exclusive food concept and unique culinary experience based on Molecular Gastronomy. Despite achieving success in attracting customers, the restaurant faces significant challenges related to limited space and long queues, which can impact the customer experience with extended waiting times. This study aims to conduct a marketing strategy analysis using the SWOT method for Namaaz Dining. Through observation based on customer reviews and comments on the Trip Advisor platform, this research identifies factors influencing consumer interest in Namaaz Dining and explores strategic opportunities that can be optimized. The research results are expected to assist Namaaz Dining in developing a stronger marketing strategy, focusing on customer satisfaction, and expanding its market reach. The contribution of this research is intended to benefit not only Namaaz Dining but also to provide theoretical and practical insights into restaurant marketing strategies and customer management.

*Keywords: Unique Culinary, Gastronomy, Marketing Strategy, Qualitative, Marketing Communication*

Copyright (c) 2023 Antonius Felix

---

 Corresponding author :

Email Address : : antoniusfelix90@gmail.com

### **PENDAHULUAN**

Namaaz Dining telah menjadi magnet bagi para pecinta kuliner di Jakarta Selatan dengan konsep makanan eksklusif dan pengalaman kuliner yang tak tertandingi. Meskipun meraih hati pelanggan, keberhasilan Namaaz Dining membawa tantangan signifikan terkait dengan keterbatasan tempat dan antrian panjang, yang dapat mengakibatkan waktu tunggu yang lama bagi para pelanggan.

Berbeda dengan restoran lainnya, Namaaz Dining membedakan dirinya dengan menjual keunikan melalui penggunaan konsep Molecular Gastronomy. Molecular Gastronomy merupakan studi tentang memasak yang memanfaatkan

ilmu kimia, fisika, dan biologi untuk menciptakan pengalaman kuliner yang unik. Restoran ini menjalankan eksperimen yang mencakup berbagai metode dalam cara memasak, menciptakan menu yang tidak hanya lezat tetapi juga memukau dari segi visual dan sensorik.

Aktivitas bisnis adalah kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan hasil berupa keuntungan yang merupakan aspek terpenting untuk menentukan seberapa baik organisasi mencapai tujuannya yaitu bergantung pada kemampuannya untuk berhasil mempromosikan produknya kepada pengguna akhir (Stevano et al., 2022). Setiap perusahaan selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua konsumen dan menentukan strategi yang tepat untuk mempengaruhi perkembangan perusahaan dengan strategi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Bisnis mengacu pada pekerjaan yang dilakukan oleh kelompok atau seseorang tujuannya untuk mendapatkan keuntungan melalui pembuatan, pembelian, penjualan atau pertukaran produk dan layanan (Zulaikha, 2020). Lingkungan bisnis merupakan faktor yang mempengaruhi kelangsungan bisnis dari segi internal atau dari segi eksternal suatu perusahaan. Pergantian lingkungan yang positif dapat mendukung kelangsungan operasional suatu perusahaan serta pergantian lingkungan yang negatif dapat mengganggu kelangsungan operasional perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus menganalisis perubahan tersebut (Malonda & Moniharapon, 2019).

Strategi pemasaran digital memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan (Felix & Rembulan, 2023). Dengan adanya internet, orang dapat menemukan informasi yang mereka cari dengan cepat. Internet merupakan kemajuan teknologi yang dapat mempengaruhi berbagai sektor seperti sosial, budaya, pendidikan, dan ekonomi (Felix et al., 2023).

Dengan membaca situasi di lingkungan internal Namaaz Dining, hal tersebut bisa dilaksanakan dengan melihat kekuatan dan kelemahan. Pemindaian lingkungan juga harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan baik dari segi internal maupun eksternal. Itu akan menjadi kunci dalam penentuan posisi perusahaan dalam persaingan (Nuryanta, 2018). Analisis faktor internal Namaaz Dining dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki restoran ini (Latif et al., 2021). Kekuatan perusahaan ditunjukkan ketika perusahaan mempunyai sebuah produk yang berkualitas dan harga yang murah. Kelemahan perusahaan dapat ditunjukkan ketika perusahaan mempunyai suatu produk dengan kualitas rendah, dengan harga yang cukup tinggi.. Dengan menggunakan metode analisis SWOT, Namaaz Dining dapat menonjolkan kekuatan internalnya untuk meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang dari lingkungan eksternal (Rangkuti, 2015).

Penelitian ini, berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode S.W.O.T pada Restoran Namaaz Dining Jakarta Selatan," bertujuan

untuk mengeksplorasi lebih dalam bagaimana Namaaz Dining dapat merumuskan strategi pemasaran yang efektif dengan menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini melibatkan identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi ketertarikan konsumen terhadap Namaaz Dining dan penemuan peluang strategis yang dapat dioptimalkan.

Metode penelitian yang digunakan adalah observasi melalui platform Trip Advisor, memanfaatkan ulasan dan komentar pelanggan sebagai sumber data. Dengan hasil penelitian ini, diharapkan Namaaz Dining dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih kuat, fokus pada kepuasan pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar. Ada berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dimulai dari kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan (Felix et al., 2024).

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode penelitian ini melibatkan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) sebagai pendekatan kualitatif untuk mendapatkan wawasan mendalam mengenai Restoran Namaaz Dining. Selain observasi terhadap ulasan dan peringkat di platform Tripadvisor, analisis SWOT akan memberikan perspektif tambahan terkait faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dapat memengaruhi kinerja dan reputasi restoran.

Pendekatan kualitatif ini memungkinkan penelitian untuk menjelajahi nuansa dan konteks di balik setiap ulasan pelanggan, menggali aspek-aspek yang mungkin tidak terwakili secara langsung dalam angka peringkat. Observasi online akan difokuskan pada data dari berbagai sumber internet, khususnya Tripadvisor dan Google Review, guna mendapatkan gambaran yang holistik mengenai pengalaman pelanggan.

Analisis SWOT akan dilakukan dengan mempertimbangkan temuan dari observasi online, memungkinkan identifikasi kekuatan unik, kelemahan yang perlu diperbaiki, peluang untuk peningkatan, dan ancaman yang mungkin dihadapi Restoran Namaaz Dining. Metode ini tidak hanya memahami persepsi pelanggan tetapi juga memberikan landasan strategis untuk pengembangan lebih lanjut.

Dengan menggabungkan analisis ulasan online, data dari berbagai sumber internet, dan pendekatan SWOT, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi citra dan kinerja Restoran Namaaz Dining.

## Analisis SWOT

Dalam melakukan analisis strategi pemasaran di Restoran Namaaz Dining guna mengetahui strategi pemasaran Namaaz Dining digunakan pendekatan berupa Analisis SWOT, yaitu:

### 1. Kekuatan (*Strengths*):

- a. Memiliki konsep yang unik mulai dari menu makanan, rasa makanan hingga penyajian sehingga memiliki daya tarik tersendiri yang dapat dijadikan kekuatan oleh Restoran Namaaz Dining untuk bersaing dengan restoran yang sejenis,
- b. Memiliki kualitas yang terjamin yang dapat dibuktikan dari berbagai review,
- c. Berada di lokasi yang rahasia sehingga dapat dianggap strategis karena terkesan eksklusif,
- d. Memiliki Brand Image yang bagus di kalangan konsumen berdasarkan dari hasil review yang pernah datang ke restoran ini, sehingga dapat menjadi kekuatan bagi Restoran Namaaz Dining untuk mengembangkan usaha kedepannya.

### 2. Kelemahan (*Weakness*):

- a. Memiliki harga yang cukup mahal bagi segmentasi pasar tertentu,
- b. Memiliki keterbatasan kapasitas pengunjung di restoran sehingga pelanggan harus melakukan pemesanan secara online terlebih dahulu bila ingin berkunjung ke restoran ini,
- c. Terlalu bergantung pada koki, sehingga berisiko terjadi kesulitan untuk mencari koki yang memiliki skill atau keahlian yang dibutuhkan.

### 3. Peluang (*Opportunities*):

- a. Memiliki peluang untuk berekspansi sebab belum banyak restoran fine dining yang memiliki konsep unik ataupun molecular gastronomy yang sejenis,
- b. Memiliki peluang untuk mengembangkan menu-menu unik yang sesuai dengan tema dan trend yang sedang berkembang.

### 4. Ancaman (*Threats*):

- a. Persaingan yang ketat dengan resto fine dining lainnya dalam menciptakan keunikan dan keunggulan yang kompetitif (*sustainability advantage*),
- b. Fluktuasi atau terbatasnya bahan baku yang tersedia dan harganya yang cukup mahal,
- c. Kurangnya edukasi ataupun pemberian informasi mengenai kesehatan ataupun keamanan makanan yang disajikan pada Restoran Namaaz Dining sehingga dapat menimbulkan keraguan untuk mengunjungi Restoran Namaaz Dining.

Hal-hal tersebut merupakan analisis SWOT sebagai strategi untuk meningkatkan pangsa pasar serta mempersiapkan diri dalam menghadapi dinamika persaingan dengan bisnis-bisnis kuliner yang lain. Dengan adanya analisis ini maka perusahaan dapat menentukan arahan serta strategi yang baik, agar rancangan strategi dapat berjalan dengan lancar dan sistematis dalam mencapai tujuannya.

**Matriks SWOT**

Matriks SWOT merupakan alat untuk memformulasikan pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang akan diambil berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun juga dapat mengurangi kekurangan dan ancaman bisnis ataupun perusahaan secara bersamaan. Dalam pengaplikasiannya, Matriks SWOT dibagi menjadi 4, yaitu, *Strengths-Opportunities* (Kekuatan-Peluang) yaitu berarti menggunakan kekuatan untuk mencari peluang, *Weakness-Opportunities* (Kelemahan-Peluang), yaitu meminimalkan kelemahan untuk mencari peluang, *Strengths-Threats* (Kekuatan-Ancaman) yaitu menggunakan kekuatan untuk meminimalisir ancaman dan *Weakness-Threats* (Kelemahan-Ancaman) Yaitu meminimalisir kelemahan untuk menghindari ancaman.

Untuk itu, Matriks SWOT dari Restoran Namaaz Dining yaitu :

MATRIKS	Opportunities	Threats
<b>Strengths</b>	Karena memiliki reputasi yang baik, maka Restoran Namaaz dining memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pasarnya dengan melakukan ekspansi, membuat franchise ataupun bekerja sama	1. Walaupun memiliki banyak pesaing, tetapi dengan reputasi yang baik dan keunikannya Restoran Namaaz Dining dapat meminimalisir ancaman yang ada. Kurangunya edukasi ataupun pemberian informasi mengenai kesehatan

	dengan brand-brand lain.	ataupun keamanan makanan yang disajikan pada Restoran Namaaz Dining dapat diminimalisir dengan adanya brand image yang bagus di mata konsumen, selain itu bisa dengan bekerja sama dengan influencer untuk ikut memberikan edukasi tentang konsep dari Namaaz dining.
<b>Weakness</b>	Karena keterbatasan kapasitas pengunjung, maka Restoran Namaaz Dining dapat melakukan ekspansi atau membuka franchise sehingga dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan meminimalisir kelemahan yang ada.	Terlalu bergantung kepada koki sehingga dapat menjadi ancaman bagi Restoran Namaaz dining karena karyawan baru mungkin harus melalui proses yang panjang dari segi pelatihan skill, sehingga Namaaz dining harus memaksimalkan pemeliharaan karyawan/koki agar dapat bertahan lebih lama atau memaksimalkan

		kinerja dengan memberikan training.
--	--	-------------------------------------

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan secondary data yaitu berdasarkan review pada Tripadvisor, didapat beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi seseorang tertarik untuk datang ke Namaaz dining kembali, faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :

### 1. Pengalaman Unik

Restoran Namaaz Dining dikenal dengan konsep dan pengalaman makan yang unik. Sebab dengan memberikan *experience* yang unik, besar kemungkinan pengunjung akan merasa tertarik oleh pengalaman kuliner yang tidak biasa sehingga ingin terus kembali untuk mencoba lebih banyak menu yang disajikan.

### 2. Kualitas Makanan

Restoran yang dapat mempertahankan kualitas makanan yang konsisten dan lezat biasanya dapat membangun basis pelanggan setia. Jika Restoran Namaaz Dining menawarkan hidangan yang memiliki kualitas yang sangat baik, maka pelanggan akan kembali untuk menikmatinya berulang kali.

### 3. Pelayanan Pelanggan

Melalui pelayanan yang ramah, perhatian terhadap detail, dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan adalah faktor penting dalam membangun ikatan dengan pelanggan. Sehingga, apabila Restoran Namaaz Dining menonjol dalam hal ini, pelanggan akan merasa dihargai dan tertarik untuk datang kembali.

### 4. Konsistensi

Konsistensi dalam menyajikan pengalaman dan makanan yang sama setiap kali pelanggan berkunjung adalah kunci penting. Jika pelanggan tahu bahwa mereka selalu dapat mengandalkan Restoran Namaaz Dining untuk memberikan pengalaman yang konsisten, mereka cenderung tetap setia.

### 5. Program Loyalitas

Jika Restoran Namaaz Dining memiliki program loyalitas yang menarik, seperti diskon untuk pelanggan setia, penawaran istimewa, atau hadiah, ini dapat mendorong pelanggan untuk kembali berkunjung dan mengumpulkan manfaat dari program tersebut.

## 6. Rekomendasi dari Teman dan Keluarga

Rekomendasi dari orang-orang terdekat sering menjadi faktor penting dalam keputusan makan di restoran tertentu. Jika teman atau keluarga merekomendasikan Restoran Namaaz Dining, pelanggan mungkin akan cenderung mencobanya dan menjadi setia jika mereka menyukainya.

## 7. Lokasi dan Aksesibilitas

Kemudahan akses ke restoran, baik melalui lokasi yang strategis atau fasilitas parkir yang nyaman, dapat membuat pelanggan khususnya yang tinggal di daerah Jakarta Selatan lebih cenderung untuk kembali.

## 8. Promosi dan Berita Baik

Promosi positif dan berita baik tentang restoran, baik melalui ulasan media, media sosial, atau rekomendasi dari tokoh terkenal, dapat membangun minat dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, Matriks SWOT dan faktor yang telah dianalisis, maka strategi yang dapat digunakan oleh Restoran Namaaz Dining yaitu:

### 1. Melakukan ekspansi dan membuat *franchise*

Restoran Namaaz Dining memiliki peluang memperluas jangkauan pasarnya, dengan kelebihan dari Restoran Namaaz Dining yaitu memiliki reputasi yang baik maka restoran dapat melakukan ekspansi dan membuat *franchise* untuk memaksimalkan peluang. Selain itu dengan peluang ini, Restoran Namaaz Dining dapat meminimalisir kekurangan yang ada yaitu keterbatasan kapasitas. Selain itu, hal ini pula dapat menjadi peluang bagi Namaaz untuk mendapatkan konsumen-konsumen baru yang sebelumnya ingin mencoba pengalaman memakan-makanan yang unik dengan konsep yang unik pula tetapi terkendala jarak dan lokasi.

### 2. Mempertahankan reputasinya yang baik

Reputasi Restoran Namaaz Dining yang baik merupakan suatu hal yang sangat membantu salah satunya untuk meminimalisir ancaman, banyaknya pesaing dapat diminimalkan dengan adanya kelebihan restoran ini dan pelanggan pun tetap loyal terhadap Restoran Namaaz Dining ini.

### 3. Memberikan training kepada koki/karyawan

Salah satu kelemahan Namaaz dining yaitu terlalu bergantung pada koki, hal ini perlu diminimalisir untuk mempermudah aktivitas restoran. Sehingga Namaaz Dining perlu memberikan training kepada karyawan yang sudah lama bekerja atau orang yang sangat dipercaya di Namaaz Dining. Selain itu untuk mempertahankan karyawan/koki Namaaz dining dapat memberikan reward dan meningkatkan kekeluargaan

terhadap karyawan/koki agar mengurangi adanya kemungkinan turnover atau karyawan yang berkhianat.

#### **4. Edukasi tentang keamanan dan kesehatan pada konsep Gastronomy**

Untuk memberikan edukasi tentang keamanan dan apakah makanan dengan konsep Gastronomy sehat untuk dimakan, dapat dilakukan dengan membuat konten informasi seputar apa itu konsep gastronomy dan mengapa pelanggan harus mencoba. Selain itu, untuk mengikuti trend yang ada, Namaaz juga dapat berkolaborasi dengan content creator, food vlogger ataupun influencer untuk ikut memberikan edukasi tentang konsep dari Namaaz dining

## **SIMPULAN**

Namaaz Dining adalah restoran yang memberikan keunikan melalui cara penjualannya dengan menyajikan menu makanan yang mengandung Gastronomi molekuler pertama di Indonesia. Molecular Gastronomy merupakan sebuah studi mengenai memasak yang melakukan transformasi kuliner berdasarkan esensi dari ilmu kimia, fisika, atau biologi (This, 2006:1). Dimana dalam hal ini Molecular Gastronomy melalui berbagai macam eksperimen yang digabungkan kedalam cara memasak.

Namaaz Dining menawarkan berbagai macam makanan yang terdiri dari 16 menu makanan. Menu-menu tersebut terdiri atas cobek, batu, lipstick, ayam kodok, keripik singkong, rokok, sabun, kertas dan pensil, lebah, balap keong, cilus, game console, martabak manis, es campur, es teh panas dan games gitar hero.

Dalam melakukan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Namaaz Dining berada di lokasi strategis dan memiliki brand image yang bagus berdasarkan hasil review konsumen yang pernah datang ke restoran ini, sehingga dapat menjadi kekuatan bagi Restoran untuk mengembangkan usaha kedepannya. Namun, Namaaz Dining memiliki kelemahan yaitu harganya cukup mahal bagi segmentasi pasar tertentu, pelanggan juga harus melakukan pemesanan secara online terlebih dahulu, dan restoran terlalu bergantung pada koki.

Di sisi lain, Namaaz Dining memiliki peluang untuk berekspansi. Sebab belum banyak restoran fine dining yang memiliki konsep unik ataupun molecular gastronomy yang sejenis. Tapi tidak bisa dipungkiri persaingan yang ketat antara Namaaz Dining dengan resto fine dining lainnya dalam menciptakan keunikan dan keunggulan yang kompetitif pasti terjadi selain itu terbatasnya bahan baku yang tersedia juga menjadi ancaman bagi Namaaz Dining. Selain itu, kurangnya edukasi ataupun pemberian informasi mengenai kesehatan ataupun keamanan makanan yang disajikan pada Restoran Namaaz Dining juga dapat menimbulkan keraguan pada konsumen untuk..

## Referensi :

- Malonda, P. M., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. (2019). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada rumah makan bakso baper Jogja. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Nuryanta, N. (2018). the Implementation of Strategic Management on Competitive Advantage in Islamic University of Indonesia (Uii) Yogyakarta. *Indonesian Journal of Interdisciplinary Islamic Studies*, 2(1), 1-30. <https://doi.org/10.20885/ijis/vol2.iss1.art1>
- Latif, N., Mandey, S. L., Tampenaw, J. L. A., Swot, S., Meningkatkan, D., Pada, P., & Rumah, U. (2021). Strategi Swot Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Rumah Makan Padang Raya Santiago Sario Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 1146-1154
- Rangkuti, F. (2015). *Personal SWOT analysis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ben-Abdallah, R., Shamout, M. D., & Alshurideh, M. (2022). Business development strategymodel using EFE, IFE and IE analysis in a high-tech company: An empirical study. *Academy of Strategic Management Journal* 9.
- Zulfa, J. F., & Rachmawati, I. (2021). The analysis of SWOT dan IE matrix toward marketingstrategy PT Bumi Mulia Seed.
- Kartawinata, B. R., & Wardhana, A. (2015). Marketing strategies and their impact onmarketing performance of Indonesia ship classification society. *International Journal of Science and Research (IJSR)*
- Morgan, N. A., Whitler, K. A., Feng, H., & Chari, S. (2019). Research in marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*
- Cahyono, Puguh. 2016. "Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian Pada PT. PRUDENTIAL Cabang Lamongan." 1(2): 129-38
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@Subur\_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Atikah, N., & Moeliono, N. N. K. (2021). Analisis strategi pemasaran menggunakan metode swot Dan qspm (Studi kasus: Restoran ramen aboy). *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)*, 6(1), 88-99. <https://doi.org/10.33005/mebis.v6i1.208>
- Fortega, G. F. Dela. (2022). Perencanaan Strategis Sumber Daya Manusia Pada Industri Perbankan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2). <https://doi.org/10.56145/ekonomibisnis.v2i2.43>
- Skawanti, J. R. (2019). PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI UNTUK MENINGKATKAN PROSES BISNIS PERUSAHAAN FARMASI. *Komputasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer Dan Matematika*, 16(1). <https://doi.org/10.33751/komputasi.v16i1.1593>
- Marini, M., & Suhariadi, F. (2020). PENERAPAN ANALISA SWOT SEBAGAI METODE DALAM MENGHASILKAN PERENCANAAN STRATEGI PADA PERUBAHAN JENIS ORGANISASI : Studi kasus pada Pusat Penerbitan dan Percetakan Univeristas Airlangga. *PSIKOSAINS (Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Psikologi)*, 15(1). <https://doi.org/10.30587/psikosains.v15i1.2000>
- Nugroho, S. P. (2020). Gastronomi Makanan Khas Keraton Yogyakarta Sebagai Upaya Pengembangan Wisata Kuliner. *Jurnal Pariwisata*, 7(1), 52-62. DOI: <https://doi.org/10.31311/par.v7i1.8136>
- Ketaren, I. (2017). *Gastronomi Upaboga Indonesia*. Jakarta: Indonesian Gastronomy Association.
- Guzel, B., & Apaydin, M. (2016). Gastronomy Tourism: Motivations and Destinations. *Global Issues and Tends in Tourism*, 394-404.

- Allhoff, F. (2007). *Food and Philosophy: Eat, Think, and Be Merry*. Australia: Blackwell.
- Riyanto, S. (2018). Analisis pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap keunggulan bersaing dan kinerja usaha kecil menengah (UKM) di Madiun. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 5(3).
- Liyanto, Fandy, and Yohanes Dicka Pratama. (2020). Peningkatan Produktivitas Pemasaran Produk UMKM Pempek Acen Dengan Pendekatan Analisis SWOT Dan DMAIC. *Jurnal Penelitian Dan Aplikasi Sistem & Teknik Industri (PASTI)*XIV(2):136-45. doi: 10.22441/pasti.2020.v14i2.004
- Yanis et al. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Tempe Kelompok Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Desa Sei Mencirim Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Agrica*11(2):93-111. doi: <https://doi.org/10.31289/agrica.v11i2.1830>
- Nugraha, et al. (2019). Strategi Pemasaran Seblak Kicimpring Berbasis Offline Dan Online (Studi Kasus Pada UKM Raja Rasa Di Kelurahan Linggajaya Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*6(3):644-56
- Felix, A., Felina, S., & Claudia Natalie, C. (2024). Memahami Kepuasan Pelanggan : Mengeksplorasi Customer Experience dengan Pendekatan Observasi Online. *Economics and Digital Business Review*, 5.
- Felix, A., Livaro, I., Young, F. M., Wijaya, W., & Jonathan, A. (2023). Analisis Penggunaan Social Media Marketing dan Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Gelato dengan Konsep Unik. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 279-287.
- Felix, A., & Rembulan, G. D. (2023). Analysis of Key Factors for Improved Customer Experience, Engagement, and Loyalty in the E-Commerce Industry in Indonesia. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 5(2sp), 196-208. <https://doi.org/10.34306/att.v5i2sp.350>