

DAFTAR PUSTAKA

- Aberle, E. D., Forrest, J. C. Gerrand, D. E., dan Mills, E. W. 2001. Principles of Meat Science. W. H. Freeman and Company. San Fransisco.
- Ahmadi, A. Y., Syahlani, S. P., dan Haryadi, F. T. 2010. Pengaruh persepsi konsumen terhadap atribut produk pada sikap terhadap produk dan niat pembelian ulang: Studi empirik pengambilan keputusan pada kategori produk daging olahan beku. Buletin Peternakan. 34(2): 131-137.
- Akpoyomare, O. B., Adeosun, L. P. K., dan Ganiyu, R. A. 2012. The influence of product attributes on consumer purchase decision in the Nigerian food and beverages industry: A study of Lagos Metropolis. American Journal of Business and Management. 1(4): 196-201.
- Ali, J., Kapoor, S., dan Moorthy, J. 2010. Buying behaviour of consumers for food products in an emerging economy. British Food Journal. 112(2): 109-124.
- Ariasa, Muhammad, N. Rachma, A.P., 2019. Pengaruh Atribut Produk, Persepsi Nilai, Pengalaman Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Yang di mediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Pada Pengguna Smartphone Xiaomi di Kelurahan Dinoyo, Malang) 8, 16–30.
- Astuti, L. T. 2016. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan dan kualitas makanan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Queen Latifa Yogyakarta. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Badan Ketahanan Pangan. 2019. Direktori Perkembangan Konsumsi Pangan. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Bahar, A. dan Sjahrudin, H. 2015. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang. Jurnal Organisasi dan Manajemen. 3(1): 14-34.
- Baker, D. A., dan Crompton, J. L. 2000. Quality, satisfaction, and behavioral intentions. Annals of Tourism Research. 27(3): 785-804.
- Bakshi, S. 2012. Impact of gender on consumer purchase behaviour. National Monthly Refereed Journal of Research in Commerce and Management. 1(9): 1-8.
- Benda-Prokeinova, R., Hanova, M. 2016. Consumer's behavior of the foodstuff consumption in Slovakia. Procedia-Social and Behavioral Science. 220: 21-29.
- Bernue's, A., Olaizola, A., dan Corcoran, K. 2003. Extrinsic attributes of red meat as indicators of quality in Europe: An application for market segmentation. Food Quality and Preference. 14: 265-276.

- Bolha, A., U. Blaznik., dan M. Korosec. 2020. Influence of intrinsic and extrinsic food attributes on consumers' acceptance of reformulated food products: A systematic review. *Zdr Varst.* 60(1): 72-78.
- Bruni, F. 2008. Old gender roles with your dinner. *The New York Times*.
- Chamhuri, N., dan Batt, P. J. 2015. Consumer perceptions of food quality in Malaysia. *British Food Journal.* 117(3): 1168-1187.
- Chotimah, S. dan H. D. Wahyudi. 2019. Pengaruh perceived value terhadap revisit intention: mediasi customer satisfaction pada pengunjung jawa timur park 1 batu. *EKOBIS.* 24(1): 1-11.
- Dubihlela, Job dan Tandiswa Ngxukumeshe. 2016. Eco-friendly retail product attributes, customer attributes and the repurchase intentions of south african consumers. *International Business and Economics Research Journal.* 15(4): 163-174.
- Fandos, C., dan Flavian, C. 2006. Intrinsic and extrinsic quality attributes, loyalty and buying intention: an analysis for a PDO product. *British Food Journal.* 108(8): 646-662.
- Ferdinand. 2002. *Manajemen Pemasaran.* Edisi Pertama. Jakarta: Erlangga.
- Ferdinand, A. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen.* Edisi Ketiga. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen.* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Field, J. R., Bergiel, B. J., Giesen, J. M., dan Fields, C. L. 2012. Branding: perceptual effects on consumer evaluations. *An International Business Journal.* 22(3): 251-260.
- Fields, Roger. 2014. *Restaurant Success by the Numbers.* Edisi ke 2. Random House Publishing Group.
- Fizman, B. P. dan C. Spence. 2015. Sensory expectation based on product-extrinsic food cues: An interdisciplinary review of the empirical evidence and theoretical accounts. *Food Quality and Preference.* 40(1): 165-179.
- Foedjiawati dan Samuel, H. 2007. Pengaruh sikap, persepsi nilai dan persepsi peluang keberhasilan terhadap niat menyampaikan keluhan (Studi kasus pada perusahaan asuransi Aig Lippo Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran.* 29(1): 4-58.
- Fungai, M. 2017. Factors influencing customer repurchase intention in the fastfood industry. A case study of Innscor-Mutare, Zimbabwe, *Business and Social Science Journal.* 2(1): 120-141.

- Gellynck, X., Kühne, B., Bockstaele, F., Walle, D., dan Dewettinck, K. 2008. Consumer perception of bread quality. *Appetite*. 53(1): 16-23.
- Ghozali, I. 2008. *Structural Equation Modeling Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program LISREL 8.80*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2014. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grolleau, G., dan Caswell, J. A. 2006. Interaction between food attributes in markets: The case of environmental labeling. *Journal of Agricultural and Resource Economics*. 31(3): 471-484.
- Ha, J., dan Jang, S. C. 2010. Perceived values, satisfaction, and behavioral intentions: The role of familiarity in Korean restaurants. *International Journal of Hospitality Management*. 29: 2-13.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., dan Anderson, R. E. 2010. *Multivariate Data Analysis 7th edition*. United States: Pearson.
- Hanifah, R. D. 2019. Pengaruh food quality dan kesesuaian harga terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus: Gaembull Korean and Japanese Restaurant Barbeque All You Can Eat Cabang Bintaro). *Journal FAME*. 2(2): 41-91.
- Hapidin, A., Basith, A., dan Munandar, J. M. 2019. Analisis atribut produk pada manajemen mutu proses produksi daging sapi di RPH PT. Elders Indonesia, Bogor. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*. 5(1): 84-94.
- Haryono, Siswoyo dan Wardoyo, Parwoto. 2012. *Structural Equation Modelling Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan Amos 18*. Jawa Barat: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., dan Rickard, J. A. 2003. Customer repurchase intention a general structural equation model. *European Journal of Marketing*. 37(11): 1762-1800.
- Hossain, M. P. 2006. A relational study on perceived value, brand preference, customer satisfaction, and repurchase intention in context of Akij Textile Mills LTD in Bangladesh. Unpublished undergraduate and political, Independent University Thesis. Bangladesh.
- Ibzan, E., Balarabe, F., dan Jakada, B. 2016. Consumer Satisfaction and Repurchase Intentions. *Developing Country Studies*. 6(2): 96-100.

- Indrareni, A. dan A. Ratnasari. 2013. Pengaruh pergerakan pekerja commuter terhadap pola konsumsi di Kecamatan Kaliwungu. *Jurnal Teknik PWK*. 2(4): 927-937.
- Januarti, I., dan Masyhuri. 2012. Permintaan dan penawaran daging sapi di Indonesia (Demand and supply of beef in Indonesia). *Prosiding Seminar Nasional Peternakan Berkelanjutan 4 "Inovasi Agribisnis Peternakan Untuk Ketahanan Pangan"*. 1(1): 1-269.
- Jones, T. O., dan Sasser, W. E. 1995. Why satisfied customers defect. *Harvard Business Review*. 73(6): 88-99.
- Jonsen, G. D. 2004. Prospek dan preferensi masyarakat terhadap konsumsi daging sapi olahan di Indonesia. *Proceedings of The FGW Food Conference*. Pp 6-7.
- Joseph, C. M., Wu, L. Y., Chiao, Y. C., dan Tai, H. S. 2005. Perceived quality, customer satisfaction, and customer loyalty: The case of lexus in Taiwan. *Total Quality Management*. 16(6): 707-719.
- Kastalani., Yemima., dan Sularso, H. 2017. Analisis pendapatan, pendidikan dan jumlah anggota keluarga terhadap pola konsumsi daging ayam broiler di Desa Sei Asam Kabupaten Kapuas. *Jurnal Ilmu Hewani Tropika*. 6(2): 48-551.
- Kementrian Kesehatan RI. 2014. *Pedoman Gizi Seimbang*. Jakarta: Dirjen Bina Gizi dan KIA.
- Ko, E., Lee, M. Y., Phan, M. C. T., dan Kim, K. H. 2011. Product attributes effects on perceived values and repurchase intention in Korea, USA, and France. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*. 21(3): 155-166.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2004. *Principle of Marketing 10th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke 12*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Lantos, G. P. 2011. *Consumer behavior in action: Real-life applications for marketing managers*. New York: M.E. Sharpe, Inc.
- Lavrakas, P. J. 2008. *Encyclopedia of Survey Research Methods*. Sage Publication Inc.
- Lee, H. J., dan Yun, Z. S. 2015. Consumers' perceptions of organic food attributes and cognitive and affective attitudes as determinants of their purchase intentions toward organic food. *Food Quality and Preference*. 39: 259–267.

- Lin, S. S. 2016. Waste stream analysis of all-you-can-eat buffet restaurants in tourist hotels—the study of the influence of current restaurant practices on their foodservice waste. *European Journal of Hospitality and Tourism Research*. 4(3): 1-27.
- Marsellita, P. V., dan V. Goenawan. 2018. Analisa perbandingan harapan dan persepsi pria dan wanita dalam memilih sebuah restoran di Surabaya ditinjau dari segi meal experience. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. 4(1): 6-17.
- Mathijs, E. 2015. Exploring future patterns of meat consumption. *Meat Science*. 109: 112-116.
- Maulida, I., E. Pangestuti., dan Bafadhal, A. S. 2019. Pengaruh atribut produk wisata terhadap kepuasan dan dampaknya pada revisit intention. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 75(1): 1-9.
- Méndez, J. L., Rubio, N., dan Oubina, J. 2011. The relative importance of brand-packaging, price and taste in affecting brand preferences. *British Food Journal*. 113(10): 1229-1251.
- Mittal, V., dan Kamakura, W. A. 2001. Satisfaction, repurchase intent, and repurchase behavior: Investigating the moderating effect of customer characteristics. *Journal of Marketing Research*. 38: 131-142.
- Muzayyanah, M. A. U., Putra, A. R. S., Syahlani, S. P., dan Dewi, N. H. U. 2021. Consumer perception on selecting marketplace for livestock products food. *The 7th International Conference on Sustainable Agriculture and Environment*.
- Nguyen, T. N., Phan, T. T. H., dan Vu, P. A. 2015. The impact of marketing mix elements on food buying behavior: A study of supermarket consumers in Vietnam. *International Journal of Business and Management*. 10(10): 206-215.
- Nurhayati, A., E. Lasmanawati., dan C. Yulia. 2012. Pengaruh mata kuliah berbasis gizi pada pemilihan makanan jajanan mahasiswa program studi pendidikan tata boga. *Jurnal Penelitian Pendidikan*. 13(1): 1-6.
- Palupi, R., Kusumah, A. H. G., dan Rosita. 2018. Analisis komparasi persepsi atribut kualitas restoran antara pelanggan yang puas dengan pelanggan yang kurang puas di restoran jepang all you can eat. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*. 1(2): 31-40.
- Purnama, S.M., R. Wibowo., dan Ati Kusmiati. 2016. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan perilaku konsumen rumah tangga terhadap daging sapi di Kabupaten Jember. *Journal of Social and Agricultural Economics*. 9(3): 8-22.
- Purwono, Joko., S. Sugyaningsih., dan M. Andryani. 2014. Analisis keputusan pembelian daging sapi oleh konsumen rumah tangga

- (Kasus: Hipermarket Giant Taman Yasmin Bogor). *Jurnal NeO-Bis. Bogor.*
- Putra, A. R. W. 2018. Pengaruh sikap konsumen terhadap desain café dan resto pada minat berkunjung ulang. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta. P 29.
- Putra, H. P. 2019. Pengaruh atribut produk terhadap persepsi nilai dan niat untuk membeli kembali (studi pada konsumen coffee-shop jokopi surabaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Universitas Brawijaya. Malang.*
- Putri, Dionica., H. M. M. B. Darius., dan T. Supriana. 2013. Analisis permintaan daging sapi di kota medan. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara.
- Rahab., Handayani, S. R., dan Nawarini, A. T. 2015. Peran perceived value dan kepuasan pelanggan dalam upaya membangun loyalitas pengguna kartu seluler. *Media Ekonomi dan Manajemen. 30(1): 76-84.*
- Rangkuti, F. 2004. *The Power of Brands (Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. 2009. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Robi, M., Kusnandar, D., dan Sulistianingsih, E. 2017. Penerapan structural equation modeling (SEM) untuk analisis kompetensi alumni. *Buletin Ilmiah Math. Stat. dan Terapannya. 6(2): 113-120.*
- Rohasti, E., Sayekti, W. D., dan Ismono, R. H. 2018. Penggunaan daging sapi pada rumah makan padang di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis. 5(3): 312-319.*
- Sahadi, dan Wibowo, M. A. 2013. Pengaruh faktor motivasi dan kepercayaan terhadap kinerja melalui komitmen pada manajer proyek konstruksi dengan pendekatan Structural Equation Modeling. *Jurnal Ilmu dan Terapan Bidang Teknik Sipil. 19(2): 99-107.*
- Sanlier, N., dan Karakus, S. S. 2010. Evaluation of food purchasing behaviour of consumers from supermarkets. *British Food Journal. 112(2): 140-150.*
- Santoso, Singgih. 2018. *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 24*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarino, A. 2010. Upaya menciptakan kepuasan pelanggan dengan pengelolaan service quality (Servqual). *Manajerial. 9(17): 19-24.*
- Seguro, W. 2008. Pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan: Suatu penelitian pada penyedia

- jasa telepon selular di Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 3(13): 178-188.
- Setyanto, L.E., Z. Arifin., dan Sunarti. 2017. Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian (survei pembeli apple iphone pada mahasiswa/mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2013/2014 Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 46(2): 19-27.
- Simamora, B. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Simová, J., dan Cinkánová, L. 2016. Attributes contributing to perceived customer value in the Czech clothing on-line shopping. *Ekonomie a Management*. 19(3): 195-206.
- Singarimbun, M. dan Sofian, E. 1991. *Metode penelitian survey*. Jakarta: LP3ES.
- Spake, D. F., Beatty, S. E., Brockman, B. K., dan Crutchfield, T. N. 2003. Consumer comfort in service relationships. *Journal of Service Research*. 5(4): 316-332.
- Subianto, T. 2007. Studi tentang perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*. 3(3): 165-182.
- Sugiarto, B. U. dan Subagio, H. 2014. Analisa pengaruh produk, kualitas pelayanan, harga, dan store atmosphere terhadap minat beli di Dream of Khayangan Art Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 2(1): 1-14.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabet. Bandung.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suprapti, N. W. S. 2010. *Perilaku konsumen: pemahaman dasar dan aplikasinya dalam strategi pemasaran*. Bali: Udayana University Press.
- Sweeney, J., dan Soutar, G. 2001. Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*. 77(2): 203-220.
- Tafuli, C. R. V., Hartono, B., dan Nugroho, B. A. 2013. Analisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut-atribut daging sapi bali yang beredar

- di Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Sains Peternakan*. 11(1): 19-25.
- Tan, H., dan Brahmana, R. K. M. R. 2019. Pengaruh perceived value terhadap repurchase intention melalui customer satisfaction sebagai variabel intervening pada sopee. *Jurnal AGORA*. 7(1).
- Tian-Cole, S., Crompton, J. L., dan Willson, V. L. 2002. An empirical investigation of the relationships between service quality, satisfaction, and behavioral intentions among visitors to a wildlife refuge. *Journal of Leisure Research*. 34(1): 1-24.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tsai, S. 2005. Utility, cultural symbolism and emotion: A comprehensive model of brand purchase value. *Intern. J. of Research in Marketing*. 22: 277-291.
- U.S. Bureau of Labor Statistics. 2014. *New Education Classification Better Reflects Spending Patterns in the Consumer Expenditure Survey*. BLS.
- U.S. Bureau of Labor Statistics. 2015. *Beyond the numbers: Consumer expenditures vary by age*. BLS. 4(14): 1-12.
- Wang, Edward S. T. and Jia-Rong Yu. 2016. Effect of product attribute beliefs of ready-to-drink coffee beverages on consumer-perceived value and repurchase intention. *British Food Journal*. 118(12): 2963-1980.
- Wijayanto, Setyo Hari. 2008. *Structural Equation Modeling dengan LISREL 8.8*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wonok, P. G. dan Loindong, S. 2018. Pengaruh minat transaksional, referensial, dan preferensial terhadap minat mereferensikan produk Roxy di Quicksilver Mantos. *Jurnal EMBA*. 6(4): 2108-2117.
- Yasa, N. N. K., dan Sukaatmadja, P. G. 2017. Pengaruh persaingan industri terhadap strategi inovasi dan dampaknya pada kinerja bisnis. *Forum Keuangan dan Bisnis Indonesia (FKBI)*. 6(4): 229-240.
- Yolandari, N. L. D., dan Kusumadewi, N. M. W. 2018. pengaruh pengalaman pelanggan dan kepercayaan terhadap niat beli ulang secara online melalui kepuasan pelanggan (Studi pada situs online Berrybenka.com). *E-Jurnal Manajemen Unud*. 7(10): 5343-5378.
- Yu, Y. T., dan Dean, A. 2001. The contribution of emotional satisfaction to consumer loyalty. *International Journal of Service Industry Management*. 12(3): 234-250.

Yusuf, Y., Amrullah A., dan Tenriawaru, A. N. 2018. Perilaku konsumen pada pembelian beras di Kota Makassar. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. 14(2): 105-120.

Zeithaml, V. A. 1998. Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*. 52: 2-22.