

---

# Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Warung Babi Guling Pan Ana

Ni Putu Novi Aryantini <sup>(1)</sup>

I Komang Gede <sup>(2)</sup>

<sup>(1)(2)</sup>Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia  
e-mail: niputunoviaryantini@gmail.com

## ABSTRACT

*The development of the business world is closely related to the marketing aspect. One of the culinary businesses that has unique characteristics and is popular is Warung Babi Guling. One of the famous suckling pigs in Bali is Warung Babi Guling Pan Ana. In 2022, Warung Babi Guling Pan Ana succeeded in increasing their net profit from 2021, but in 2023 there was a decline in sales from 2022. Apart from the data that has been described, researchers also conducted interviews regarding the Store Atmosphere at Warung Babi Guling Pan Ana and highlighted several negative aspect. The results of interviews conducted with several consumers who have never shopped at Warung Babi Guling Pan Ana often hear and receive negative information regarding the assessments given by customers who have shopped at Warung Babi Guling Pan Ana through reviews on social media. The population in this study is all consumers of Warung Babi Guling Pan Ana, the number of members of the population is not known for certain. The sampling technique was carried out using accidental sampling so that the researchers determined 104 samples. The analysis used in this research is multiple linear. These results show that Store Atmosphere, Electronic Word of Mouth, partially and simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions at Warung Babi Guling Pan Ana.*

**Keywords:** *Store Atmosphere; Electronic Word of Mouth; Purchase Decisions; Marketing*

## ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha erat dengan aspek pemasaran. Salah satu bisnis kuliner yang memiliki ciri khas dan di gemari adalah Warung Babi Guling. Salah satu babi guling yang terkenal di Bali adalah Warung Babi Guling Pan Ana. Pada tahun 2022 Warung Babi Guling Pan Ana berhasil meningkatkan laba bersih mereka dari tahun 2021, namun pada tahun 2023 terjadi penurunan penjualan dari tahun 2022. Selain data yang sudah dijabarkan, peneliti juga melakukan wawancara mengenai Store Atmosphere di Warung Babi Guling Pan Ana dan menyoroti beberapa aspek negatif. Hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa konsumen yang belum pernah berbelanja di Warung Babi Guling Pan Ana sering mendengar dan mendapatkan informasi negatif terhadap penilaian yang diberikan oleh pelanggan yang sudah pernah berbelanja di Warung Babi Guling Pan Ana melalui ulasan pada media sosial. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Warung Babi Guling Pan Ana jumlah anggota populasi yang tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan *accidental sampling* sehingga peneliti menetapkan 104 sampel. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yakni linier berganda. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Store Atmosphere, Electronic Word of Mouth, secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Babi Guling Pan Ana.

**Kata kunci:** *Store Atmosphere; Electronic Word of Mouth; Keputusan Pembelian; Pemasaran*

---

## Pendahuluan

Pulau Bali merupakan salah satu pulau yang dikenal sebagai destinasi wisata, pada tahun 2018 pulau Bali ditetapkan menjadi salah satu daerah destinasi wisata kuliner oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (Yanti, 2023). Masakan tradisional Bali merupakan makanan khas Bali yang diolah langsung oleh masyarakat Bali secara turun temurun, dengan menggunakan perpaduan bahan dan bumbu (basa) yang mempunyai ciri khas yang tidak terdapat di daerah lain. Warisan Budaya Takbenda (WBTD) Indonesia mencatat babi guling sebagai makanan tradisional sejak tahun 2011 (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2015). Salah satu babi guling yang terkenal di Bali adalah Warung Babi Guling Pan Ana. Warung babi guling beralamat di Jl. Nusa Kambangan Gang 33 No.4, Dauh Puri Kauh, Kec. Denpasar Bar., Kota Denpasar. Warung babi guling ini baru buka selama enam tahun, nama Babi Guling Pan Ana diambil dari nama belakang pemilik I Wayan Perdana. Babi Guling Pan Ana baru dibuka pada tahun 2018, namun sudah sangat populer di kalangan pecinta babi. Warung Babi Guling Pan Ana menjual berbagai makanan dan minuman seperti nasi babi guling campur, nasi babi guling spesial, nasi babi guling hemat, es teh, es temulawak, es gula pandan serta yang lainnya. Berikut merupakan data laba bersih dari Warung Babi Guling Pan Ana yang dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Pada tahun 2022 Warung Babi Guling Pan Ana berhasil meningkatkan laba bersih mereka dari tahun 2021 sebesar 6,01%. Namun pada tahun 2023 terjadi penurunan penjualan dari tahun 2022 sebesar 1,23%. Hal ini dikarenakan banyaknya rumah makan yang bermunculan di Kota Denpasar sehingga para pelaku usaha mengupayakan usaha yang paling maksimal untuk memenangkan persaingan dan tetap bisa bertahan dari gempuran pesaing yang lainnya yang mungkin saja membawa konsep yang baru. Hal tersebut mengindikasikan adanya permasalahan pembelian keputusan pembelian konsumen yang akhirnya dapat mempengaruhi laba bersih pada Warung Babi Guling Pan Ana. Hal ini ditunjang dengan hasil pra survey yang dilakukan oleh peneliti. Terdapat 9 orang dari 30 orang menyatakan bahwa mereka berbelanja di Warung Babi Guling Pan Ana karena makanannya enak, orang menyatakan bahwa mereka berbelanja karena tempatnya nyaman, dan orang menyatakan bahwa mereka berbelanja karena mendapatkan rekomendasi dari orang lain dan melihat ulasan di internet

Dengan penjelasan tersebut, hipotesis dapat jabarkan dengan berikut:

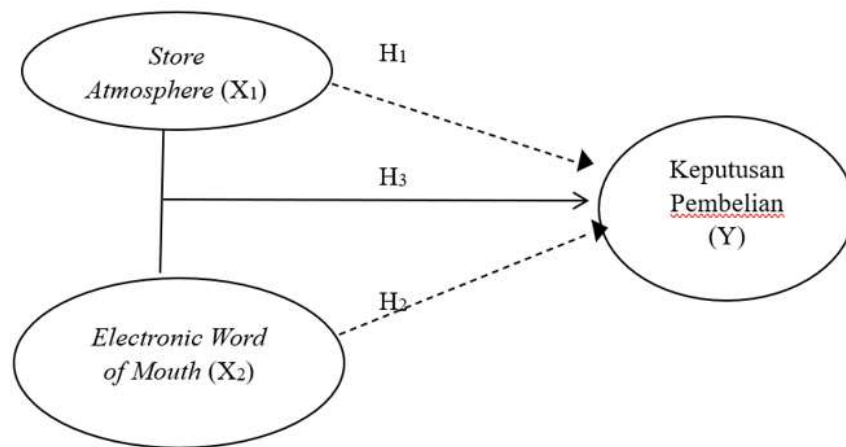
H1 : Store Atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Babi Guling Pan Ana

H2 : Electronic Word of Mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Babi Guling Pan Ana.

H3 : Store Atmosphere, dan Electronic Word of Mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Warung Babi Guling Pan Ana.

### Metode Penelitian

Penelitian saat ini ialah temuan yang memakai jenis data kuantitatif. Penelitian ini berusaha menjelaskan hubungan antara store atmosphere, electronic word of mouth dan keputusan.



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

Sumber : Tansala & dkk, (2019), Mulyandi & Prayoga,(2020), Dede,dkk (2021)

Studi ini dilaksanakan di Warung Babi Guling Pan Ana yang beralamat di Jl. Nusa Kambangan Gang 33 No.4, Dauh Puri Kauh, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali 80113. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Warung Babi Guling Pan Ana jumlah anggota populasi yang tidak diketahui secara pasti. Jumlah sampel pada penelitian ini ialah 104 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan accidental sampling dengan menyebarkan angket atau kuisioner kepada konsumen Warung Babi Guling Pan Ana.

### Hasil Penelitian serta Pembahasan

Hasil riset menunjukkan bahwa instrumen serta diuji bagi variabel *Store Atmosphere* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Warung Babi Guling Pan Ana dianggap valid karena memiliki markah signifikan kurang dari 0,05 serta dianggap bisa diandalkan. Markah Cronbach Alpha serta melebihi 0,30 menunjukkan hal ini. Oleh karena itu, semua alat dianggap bisa diandalkan.

**Tabel 1. Uji Normalitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	3.986	1.771		2.251	.027
Electronic Word of Mouth	.360	.066	.388	5.426	.000

Sumber : data diolah, (2024)

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat dilihat bahwa unstandardized residual memiliki nilai Asymp.Sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,200 yaitu diatas 0,05. Hal ini berarti seluruh data berdistribusi normal.

**Tabel 2. Uji Multikolinieritas Keputusan Pembelian**

Variable	Tolerance	VIF
Electronic Word of Mouth	0.999	1.001

Sumber : data diolah, (2024)

Dari tabel 4.12 dapat diketahui hasil uji yang telah dilakukan, yaitu nilai VIF untuk semua variabel lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10. Hal ini berarti tidak adanya terjadi gejala multikolinieritas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		104
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.65215683
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.072
	Negative	-.057
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.  
 d. This is a lower bound of the true significance.

**Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas**

Sumber : data diolah, (2024)

Berdasarkan pada hasil uji glejser pada Tabel 4.13 dapat disimpulkan bahwa semua nilai signifikansi variabel berada diatas 0,05, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

**Tabel 4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Sumber : data diolah, (2024)

Dari hasil analisis regresi pada Tabel 4.14 maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 3,986 + 0,414X_1 + 0,360X_2 + e$

**Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian**

Dari hasil uji – t diperoleh koefisien regresi variabel variabel Store Atmosphere adalah 7,618 dan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa Store Atmosphere secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Babi Guling Pan Ana. Artinya, elemen-elemen yang membentuk suasana toko seperti tata letak, kebersihan, pencahayaan, musik latar, dan aroma di dalam warung memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan pelanggan untuk melakukan pembelian.

**Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian**

Dari hasil uji – t diperoleh koefisien regresi variabel Electronic Word of Mouth adalah 5,426 dan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa Electronic Word of Mouth secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Warung Babi Guling Pan Ana. Ini berarti ulasan, rekomendasi, dan diskusi yang terjadi di platform

---

digital seperti media sosial, situs ulasan, dan forum online memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pelanggan untuk membeli di warung tersebut.

#### Pengaruh Store Atmosphere dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai uji F hitung 154,238 dan signifikansi F adalah  $0,000 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa Store Atmosphere dan Electronic Word of Mouth secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Warung Babi Guling Pan Ana. Ini berarti bahwa kombinasi antara suasana warung yang nyaman dan menarik dengan ulasan dan rekomendasi positif yang tersebar di platform digital secara bersama - sama meningkatkan minat dan kepercayaan pelanggan untuk melakukan pembelian.

#### Simpulan dan Saran

Berdasarkan rumusan masalah dan analisis data yang telah dilakukan serta pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Berdasarkan hasil analisis SPSS diperoleh nilai t-hitung untuk variabel Store Atmosphere adalah 7,618 dan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Ini berarti bahwa variabel store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Babi Guling Pan Ana. (2) Berdasarkan hasil analisis SPSS diperoleh nilai t-hitung untuk variabel Electronic Word of Mouth adalah 5,426 dan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Ini berarti bahwa variabel electronic word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Babi Guling Pan Ana. (3) Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai uji F 154,238 dan signifikansi F adalah  $0,000 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa store atmosphere dan electronic word of mouth secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Warung Babi Guling Pan Ana.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat maka saransaran yang dapat diajukan berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Untuk Warung Babi Guling Pan Ana, sebaiknya terus meningkatkan suasana toko yang nyaman dan menarik dengan menjaga kebersihan, memperbaiki tata letak, serta menambahkan elemen dekoratif yang mencerminkan budaya Bali. Selain itu, perusahaan harus fokus pada strategi pemasaran digital yang efektif, seperti aktif di media sosial, merespons ulasan pelanggan secara positif, dan mendorong pelanggan yang puas untuk memberikan ulasan baik secara online, serta mengadakan kampanye yang melibatkan pelanggan untuk berbagi pengalaman mereka, guna meningkatkan visibilitas dan reputasi warung. (2) Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan variabel yang dipertimbangkan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Hal ini meliputi pengujian variabel tambahan seperti

---

harga, kualitas produk, atau promosi. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menguji pengaruh variabel lain yang mungkin memiliki dampak pada keputusan pembelian, seperti kepuasan pelanggan atau persepsi nilai. Mendalami hubungan antar variabel yang telah diidentifikasi juga penting untuk memahami bagaimana interaksi antar variabel tersebut memengaruhi keputusan pembelian secara keseluruhan, memberikan wawasan yang lebih mendalam kepada Warung Babi Guling Pan Ana dan pemangku kepentingan lainnya.

### Daftar Pustaka

- Adi, N. M., & Dkk. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Shopeefood. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*.
- Adiningtias, I., & Fadili, D. A. (2022, April). Pengaruh Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Restoran Bebek Tepi Empang Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi). *Jurnal Humaniora, Vol. 6, No. 1, April 2022 : 27-35*.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory Of Planned Behavior*. New York: Open University Press.
- Amanda, L., & Dkk. (2019). Uji Validitas Dan Relibilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika Unand*.
- Arda, M. (2017). Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Putri Hijau Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*.
- Astuti, M., & Opa, S. S. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Word Of Mouth Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nwansa Coffee. *Jurnal: Ikraith-Ekonomika*.
- Berman, & Evans,. (2018). *Retail Management : A Strategic Approach, 6th Ed*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Chandra, M., & Dkk. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Labuana Resto & Cafe Makassar. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Terapan (Jesit)*.
- Dede., & Dkk. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Electronic Word Of Mouth (EWOM) terhadap Keputusan Pembelian. *Prosiding Manajemen*
- Dewi, & Dkk. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word Of Mouth, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplaceshopee Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan(Jtmit)*.
- Ena, M. Y., & Dkk. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan. *Journal Of Management (Sme's)*.
- Fandy, T. (2019). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fraenkel, Jack. R., and Norman E. Wallen. (2018). *How to Design and Evaluate Research in Education. 8th Edition*. Boston: McGraw-Hill Higher Education.
- Goyette, et al. (2010). E-Wom : *Word of Mouth Measurement Scale for EService Context*. Journal of Administrative Sciences. Volume 27: 5-23.
- Hammamukti, G., & Dkk. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Sana Jakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis,*.

- Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Hatta, & Setiarini. (2019). Pengaruh Word Of Mouth Dan Switching Cost Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 12–17.
- Jecky, & Erdiansyah, R. (2021). Pengaruh Iklan Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Prologia*.
- Khaerat, M. U., & Dkk. (2022). Pengaruh Suasana Restoran (Store Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Restoran Warunk Ropang Cabang Perintis Kota Makassar). *Jurnal Economix Volume 10*.
- Kotler, P dan Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Limakrisna, N., & Purba. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis Di Indonesia*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Mowen, J. C., & Michael, M. (2022). *Perilaku Konsumen. Jilid Pertama*. Jakarta: Erlangga.
- Muis, M. E. (2018). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*.
- Mulyandi, M. R., & Prayoga, I. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffe. *Jurnal Syntax Transformation*.
- Ngoma, M., & Ntale, P. D. (2019). Word Of Mouth Communication: A Mediator Of Relationship Marketing And Customer Loyalty. *Cogent Business And*.
- Ningsi, W. P., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)E-Issn 2723-424x*.
- Puspita, Anak Agung Made Erika Dara, Mirah Ayu Putri Trarintya, and I. Komang Gede. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan E-Commerce Shopee Di Kota Denpasar." *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata* 3.6 (2023): 1152-1167.
- Rangkuti, F. (2015). *Spiritual Leadership In Business*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rembon, A., & Dkk. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Kangzen Kenko Indonesia Di Manado. *Jurnal Emba*.
- Ridwan, & Akdon. (2013). *Rumus Dan Data Dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sanjaya, K. (2021). Peran Word Of Mouth, Kepercayaan Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Fashion One Lombok, Ntb. *Fakultas Manajemen Dan Bisnis Universitas Ciputra Surabaya*.
- Situngkir, M. B., & Dkk. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Ketersediaan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Meteor Cell Di Jalan Gajayana Kota Malang). *Konferensi Nasional Ekonomi Dan Bisnis Widyagama (Wnceb)*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Supardin, L., & Indratno, D. L. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Sakola. *Jemba*.
- Swasta, B. (2011). *Manajemen Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: Lyberty.
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*.
- Tansala, D., & Dkk. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*.



- 
- Walangitan, O. F., & Dkk. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Wibowo, T. S., & Awaliyah, F. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembeliandi Cafe Senewen Surabaya. *Journal Of Sustainability Business Research*.
- Wiranatha, A. S., & Dkk. (2023, September). Strategi Peningkatan Kualitas Produk Rumah Makan Babi Guling Men Janji Di Tabanan. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*.
- Yanti, W., & Dkk. (2023, Mei). Product Quality Improvement Strategy Of Men Janjisuckling Pig Restaurantin Tabananstrategi Peningkatan Kualitas Produk Rumah Makan Babi Guling Men Janji Di Tabanan. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*.
- www.bali.bps.go.id. (2023). *Banyaknya Restoran dan Rumah Makan Dirinci Menurut Kabupaten / Kota di Bali (Unit), 2021-2023*.  
<https://bali.bps.go.id/indicator/16/385/1/banyaknya-restoran-dan-rumah-makan-dirinci-menurut-kabupaten-kota-di-bali.html>