

**PERSEPSI MASYARAKAT DAN STRATEGI PROMOSI  
PADA POTENSI WISATA GASTRONOMI  
DI KABUPATEN PURBALINGGA**

**SKRIPSI**

diajukan untuk memenuhi satu di antara syarat meraih gelar Sarjana Pariwisata



oleh

Serlli Olivia Agita  
1902335

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**BANDUNG**

**2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Serli Olivia Agita  
1902335

**PERSEPSI MASYARAKAT DAN STRATEGI PROMOSI  
PADA POTENSI WISATA GASTRONOMI  
DI KABUPATEN PURBALINGGA**

disetujui dan disahkan oleh:

**Pembimbing I**



**Dias Pratami Putri, S.Pd., M.Si.**  
NIP. 920200419910915201

**Pembimbing II**



**Armandha Redo Pratama, S.Pd., M.Sc.**  
NIP. 920200419930318101

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering**



**Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si.**  
NIP. 19710309.201012.2.001

**LEMBAR HAK CIPTA**

**PERSEPSI MASYARAKAT DAN STRATEGI PROMOSI  
PADA POTENSI WISATA GASTRONOMI  
DI KABUPATEN PURBALINGGA**

oleh

Serli Olivia Agita

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi satu diantara syarat meraih gelar Sarjana  
Pariwisata di Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Serli Olivia Agita

Universitas Pendidikan Indonesia

2023

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

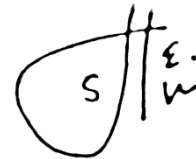
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak  
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Persepsi Masyarakat dan Strategi Promosi pada Potensi Wisata Gastronomi di Kabupaten Purbalingga” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat.

Bandung, 20 Agustus 2023

Pembuat Pernyataan

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized letter 'S' on the left, followed by a vertical line, and the initials 'E.' and 'W' on the right.

Serlli Olivia Agita

## PRAKATA

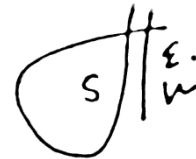
Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah Swt. atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi peneliti yang berjudul “Persepsi Masyarakat dan Strategi Promosi pada Potensi Wisata Gastronomi di Kabupaten Purbalingga” dapat selesai tepat pada waktunya. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi satu di antara syarat meraih gelar Sarjana Pariwisata di Universitas Pendidikan Indonesia.

Saat penyusunan skripsi ini, peneliti mengalami hambatan dan kendala, tetapi berhasil peneliti selesaikan dengan baik berkat dukungan dari berbagai pihak, seperti keluarga dan teman-teman peneliti.

Peneliti sangat menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti berharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun. Peneliti juga berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis.

Bandung, 20 Agustus 2023

Peneliti

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'S' followed by a vertical line and the initials 'E.' and 'W.' written to the right.

Serlli Olivia Agita

## UCAPAN TERIMA KASIH

*Alhamdulillah rabbil a'lamin*, segala puji dan syukur ke hadirat Allah Swt., serta selawat dan salam peneliti curah limpahkan pada junjungan kita, yakni Nabi Muhammad Saw., keluarganya, sahabat, tabiin, dan umatnya sampai akhir zaman. Penulisan skripsi ini telah melalui berbagai lika-liku kehidupan, namun hidayah, rahmat, kasih sayang, dan rida Allah Swt., yang senantiasa memberikan peneliti kesehatan, kekuatan, dan kemudahan di setiap proses penelitian.

Peneliti sangat bersyukur karena skripsi ini terselesaikan dengan baik berkat bimbingan, doa, semangat, dan dukungan dari berbagai pihak. Keberadaan mereka memberikan kekuatan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah Swt., senantiasa memberikan keselamatan, perlindungan, keberkahan, dan kebahagiaan bagi semuanya. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Woro Priatini, S.Pd.,M.Si., yang peneliti hormati selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering FPIPS UPI.
2. Dias Pratami Putri, S.Pd.,M.Si., selaku dosen pembimbing satu peneliti yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, masukan, dan dorongan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Armandha Redo Pratama, S.Pd.,M.Sc., selaku dosen pembimbing dua peneliti yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, masukan, dan dorongan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Industri Katering, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan membantu peneliti selama masa perkuliahan.
5. Orang tua peneliti yang tersayang, Bapak Basir dan Mamah Sujarti, yang telah memberikan doa, semangat, motivasi, dan dukungan secara moral, batiniah, maupun material.
6. Eyang Sutini tercinta, yang memberikan kasih sayang penuh dan selalu ada untuk peneliti.
7. Vania July Larissa selaku adik peneliti yang selalu menghibur dan menemani ketika dalam keadaan apa pun, sedih maupun bahagia.

8. Azizah Utami dan Dwi Prasetianingsih selaku sepupu terdekat yang selalu bersedia mendengarkan keluh kesah dan membantu peneliti selama kuliah.
9. Wida Uswatunisa dan Sheliana, yang telah menjadi rumah kedua bagi peneliti dalam menjalani kehidupan di perantauan.
10. Vina, Devy, Bintang, Jimy, Chandra, Aulia, Kiyoko, Hasni, Ghina, Shofa, Dina, dan Tao, yang telah kebersamai dan berjuang bersama dalam menyelesaikan perkuliahan.
11. Teman-teman seperjuangan Manajemen Industri Katering angkatan 2019 yang telah memberikan banyak kenangan serta turut saling membantu dan memberikan semangat selama berkuliah.
12. Seluruh narasumber dan responden yang telah membantu dan meluangkan waktunya mengisi kuesioner penelitian.
13. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, yang telah membantu, mendoakan, dan memberikan semangat kepada peneliti selama perkuliahan, khususnya penyusunan skripsi.
14. *Last but not least*, Serlli Olivia Agita, yaitu diriku sendiri yang telah sabar, kuat bertahan, serta mau berjuang dan tidak menyerah sampai saat ini sampai mampu berada di titik ini.

**PERSEPSI MASYARAKAT DAN STRATEGI PROMOSI  
PADA POTENSI WISATA GASTRONOMI  
DI KABUPATEN PURBALINGGA**

**Serlli Olivia Agita  
1902335**

**ABSTRAK**

Purbalingga merupakan kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Tengah dengan beraneka ragam wisata, satu di antaranya wisata kuliner yang dapat dioptimalkan sesuai potensinya. Dalam mengembangkan potensinya, tentu dibutuhkan peran masyarakat dan perencanaan promosi yang tepat untuk menarik wisatawan berkunjung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi masyarakat dan strategi promosi pada potensi wisata gastronomi di Kabupaten Purbalingga dan sebagai bahan evaluasi bagi Pemerintah Purbalingga khususnya Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata di bidang pariwisata dalam mengembangkan wisata di Kabupaten Purbalingga. Metode penelitian yang digunakan adalah *mix method*. Perolehan data dilakukan dengan cara wawancara, menyebar kuesioner, observasi, dan studi literatur. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa nopia Purbalingga dan soto kriyik unggul dalam berpotensi wisata gastronomi di Kabupaten Purbalingga yang diidentifikasi menggunakan *The Triangle Concept of Indonesian Gastronomy*. Analisis persepsi masyarakat pada potensi wisata gastronomi di Kabupaten Purbalingga mendapat tanggapan baik, sehingga dapat dikembangkan sesuai potensinya menjadi wisata gastronomi. Evaluasi *usability* tingkat kepuasan masyarakat pada penggunaan *website* dan aplikasi Purbalingga Memikat memperoleh tanggapan puas dari penggunaannya. Analisis SOAR menghasilkan strategi diantaranya, yaitu Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Purbalingga dapat melakukan sosialisasi mengenai wisata gastronomi kepada masyarakat, mengemas wisata gastronomi dengan menciptakan pengalaman baru, unik, dan autentik, mengadakan *exhibition* terkait wisata gastronomi, memaksimalkan promosi dengan membuat konten yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung, dan meningkatkan kepuasan *usability* Purbalingga Memikat.

**Kata Kunci :** Gastronomi, Persepsi Masyarakat, *Usability*, Strategi Promosi



***PUBLIC PERCEPTION AND PROMOTION STRATEGY  
ON THE POTENTIAL OF GASTRONOMIC TOURISM  
IN PURBALINGGA REGENCY***

**Serlli Olivia Agita  
1902335**

***ABSTRACT***

*Purbalingga is a regency in Central Java Province with a variety of tourism, one of which is culinary tourism that can be optimized according to its potential. In developing its potential, it certainly requires the role of the community and the right promotional planning to attract tourists to visit. This research aims to analyze public perceptions and promotional strategies on gastronomic tourism potential in Purbalingga Regency and as an evaluation material for the Purbalingga Government, especially the Youth, Sports and Tourism Office in the tourism sector in developing tourism in Purbalingga Regency. The research method used is mix method. Data acquisition was carried out by interviewing, distributing questionnaires, observation, and literature study. Based on the results of the study, it is known that nopia Purbalingga and soto kriyik excel in the potential of gastronomic tourism in Purbalingga Regency identified using The Triangle Concept of Indonesian Gastronomy. Analysis of public perception on the potential of gastronomic tourism in Purbalingga Regency received a good response, so that it can be developed according to its potential to become gastronomic tourism. Usability evaluation of the level of public satisfaction with the use of the Purbalingga Memikat website and application obtained a satisfied response from its users. SOAR analysis resulted in a strategy, namely the Purbalingga Regency Youth, Sports and Tourism Office can socialize gastronomic tourism to the public, package gastronomic tourism by creating new, unique and authentic experiences, hold exhibitions related to gastronomic tourism, maximize promotion by creating content that can attract tourists to visit, and increase usability satisfaction of Purbalingga Memikat.*

***Keywords :*** *Gastronomy, Public Perception, Usability, Promotion Strategy*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
PRAKATA.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH .....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1 Landasan Teoretis .....	8
2.1.1 Pariwisata.....	8
2.1.2 UMKM Kuliner .....	12
2.1.3 Wisata Gastronomi.....	12
2.1.4 Purbalingga Memikat.....	14
2.1.5 Persepsi .....	16
2.1.6 <i>Usability</i> /Kegunaan .....	20
2.1.7 Strategi Promosi.....	21
2.1.8 SOAR.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Kerangka Pemikiran .....	28
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Desain Penelitian .....	29
3.2 Metode Penelitian.....	30
3.2.1 Populasi dan Sampel.....	30
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.2.3 Operasional Variabel.....	32
3.2.4 Uji Keabsahan Data .....	34
3.2.5 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	34
3.2.6 Analisis Data .....	36

BAB 4 TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....	39
4.1. Gambaran Umum Kabupaten Purbalingga.....	39
4.2 Identifikasi Kuliner Khas Purbalingga sebagai Potensi Wisata Gastronomi di Kabupaten Purbalingga .....	39
4.2.1 Komponen Gastronomi Nopia.....	39
4.2.2 Komponen Gastronomi Soto kriyik.....	48
4.2.3 Komponen Gastronomi Gulai Melung .....	58
4.2.4 Simpulan Hasil.....	63
4.3 Analisis Persepsi Masyarakat pada Potensi Wisata Gastronomi di Kabupaten Purbalingga.....	64
4.3.1 Karakteristik Responden.....	64
4.3.2 Penerimaan.....	67
4.3.3 Pemahaman.....	69
4.3.4 Evaluasi.....	73
4.3.5 Simpulan Hasil.....	75
4.4 Evaluasi <i>Usability</i> pada Purbalingga Memikat sebagai Strategi Promosi Pariwisata .....	75
4.4.1 Mudah Dipelajari ( <i>Learnability</i> ).....	76
4.4.2 Efisiensi ( <i>Efficiency</i> ).....	77
4.4.3 Mudah Diingat ( <i>Memorability</i> ).....	78
4.4.4 Kesalahan dan Keamanan ( <i>Errors</i> ).....	80
4.4.5 Kepuasan ( <i>Satisfaction</i> ) .....	81
4.4.6 Simpulan Hasil.....	82
4.5 Analisis SOAR untuk Strategi Promosi Wisata Gastronomi di Kabupaten Purbalingga.....	83
4.5.1 <i>Strengths</i> (Kekuatan) .....	83
4.5.2 <i>Opportunities</i> (Peluang).....	84
4.5.3 <i>Aspirations</i> (Aspirasi) .....	84
4.5.4 <i>Results</i> (Hasil).....	85
4.5.5 Simpulan Hasil.....	87
BAB 5 SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI .....	89
5.1 Simpulan.....	89
5.2 Implikasi .....	90
5.3 Rekomendasi .....	90
DAFTAR RUJUKAN.....	92
LAMPIRAN .....	97

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daya Tarik Wisata di Kabupaten Purbalingga.....	2
Tabel 1.2 Banyaknya Pengunjung Domestik dan Mancanegara ke Objek Wisata di Kabupaten Purbalingga 2018 – 2021 .....	2
Tabel 1.3 Data Pra Penelitian Masyarakat Kabupaten Purbalingga.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	32
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas .....	35
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Masyarakat .....	36
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Evaluasi <i>Usability</i> /Kegunaan .....	36
Tabel 3.5 Skala Persepsi Masyarakat dan Evaluasi <i>Usability</i> .....	40
Tabel 4.1 Kandungan Gizi Nopia.....	41
Tabel 4.2 Kandungan Gizi Soto Kriyik.....	49
Tabel 4.3 Kandungan Gizi Gulai Melung .....	59
Tabel 4.4 Identifikasi Kuliner Khas Purbalingga Berpotensi Gastronomi.....	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	66
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	66
Tabel 4.9 Data Tanggapan Responden Indikator Penerimaan.....	67
Tabel 4.10 Data Tanggapan Responden Indikator Pemahaman.....	69
Tabel 4.11 Data Tanggapan Responden Indikator Evaluasi.....	73
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Indikator Mudah Dipelajari ( <i>Learnability</i> ) ....	76
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Indikator Efisiensi ( <i>Efficiency</i> ).....	77
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Indikator Mudah Diingat ( <i>Memorability</i> ).....	78
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Indikator Kesalahan dan Keamanan ( <i>Errors</i> ) 80	
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Indikator Kepuasan ( <i>Satisfaction</i> ) .....	81
Tabel 4.17 Matriks SOAR .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>The Triangle Concept of Indonesian Gastronomy</i> .....	14
Gambar 2.2 Logo Purbalingga Memikat.....	15
Gambar 2.3 <i>Official Account</i> Purbalingga Memikat.....	15
Gambar 2.4 Matriks SOAR.....	23
Gambar 4.1 Bahan Pembuatan Nopia .....	40
Gambar 4.2 Proses Penempelan Nopia di Dinding Gentong .....	43
Gambar 4.3 Timbangan Nopia .....	43
Gambar 4.4 Penyajian Nopia .....	44
Gambar 4.5 Dapur Tradisional Soto Kriyik .....	50
Gambar 4.6 Penyajian Soto Kriyik .....	51
Gambar 4.7 Gerobak Soto Kriyik .....	53
Gambar 4.8 Buku Kuliner Soto Nusantara: Kumpulan Resep.....	57
Gambar 4.9 Dapur Tradisional Gulai Melung.....	60
Gambar 4.10 Penyajian Gulai Melung.....	60
Gambar 4.11 Tempat Makan Gulai Melung.....	62
Gambar 4.12 Diagram Skor Rata-Rata Persepsi Masyarakat .....	75
Gambar 4.13 Tampilan Informasi Kuliner .....	77
Gambar 4.14 <i>Search Bar</i> Purbalingga Memikat .....	78
Gambar 4.15 Tampilan Home Purbalingga Memikat .....	79
Gambar 4.16 Login Akun Purbalingga Memikat.....	81
Gambar 4.17 <i>Errors Login</i> ASN Purbalingga Memikat .....	81
Gambar 4.18 Rating dan Ulasan Aplikasi Purbalingga Memikat .....	82
Gambar 4.19 Diagram Skor Rata-Rata Evaluasi <i>Usability</i> .....	83

## DAFTAR RUJUKAN

- Araujo, E. B. (2016). Pengembangan Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Di Dili, Timor Leste. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 3(1), 15-27. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2016.v03.i01.p02>
- Ariyani, N. I. (2013). Strategi Adaptasi Orang Minang Terhadap Bahasa, Makanan, dan Norma Masyarakat Jawa. *Komunitas: International Journal of Indonesian Society and Culture*, 5(1), 26-37. <https://doi.org/10.15294/komunitas.v5i1.2369>
- Arjana, I. G. B. (2016). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Depok: PT Raja Grafindo.
- Balqis, M., et al. (2018). *Gastronomi Seni Makan Pengundang Wisatawan*. Retrieved from <https://validnews.id/ekonomi/Gastronomi--Seni-Makan-Pengundang-Wisatawan-cfW>
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Devy, H. A., & Soemanto, R. B. (2017). Pengembangan obyek dan daya tarik wisata alam sebagai daerah tujuan wisata di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal sosiologi dilema*, 32(1), 34-44. Retrieved from <https://jurnal.uns.ac.id/dilema/article/view/11194/>
- Edison, T. A., & Affandes, M. (2015). Mengukur Tingkat Usability pada Sistem Informasi Akademik (Studi Kasus: Akademik Universitas XYZ). In *Seminar Nasional Teknologi Informasi Komunikasi dan Industri*.
- Fachruddin, I. (2009). *Desain Penelitian*. Malang: Universitas Islam Negeri.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hall, M. et al. (2003). *Tourism Around The World Development, Management and Market*. Great Britain: Elsevier Ltd.
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku generasi milenial dalam menggunakan aplikasi Go-food. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 6(2), 240-249. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Isnainrajab, I., Wijoyo, S. H., & Perdanakusuma, A. R. (2020). Evaluasi Usability Pada Aplikasi PermataMobile X Dengan Menggunakan Metode Usability

Testing Dan System Usability Scale (SUS). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 4(10), 3383-3391. Retrieved from <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/7972>

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Strategi Digital Tourism dalam Menggaet Wisatawan*. Retrieved from <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Strategi-Digital-Tourism-dalam-Menggaet-Wisatawan>

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat

Manalu, B. E., Latifah, S., & Patana, P. (2013). Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Ekowisata Di Desa Huta Ginjang, Kecamatan Sianjur Mula-mula, Kabupaten Samosir, Provinsi Sumatera Utara. *Peronema Forestry Science Journal*, 2(1), 54-64. Retrieved from <https://www.neliti.com/publications/156727/persepsi-masyarakat-terhadap-pengembangan-ekowisata-di-desa-huta-ginjang-kecamat>

Marwanti. (2022). *Pengembangan Wisata Gastronomi Guna Memperkuat Kebijakan Ekonomi, Pariwisata, Dan Budaya Bangsa Indonesia*. Universitas Negeri Yogyakarta. Retrieved from [https://www.uny.ac.id/index.php/id/fokus-kita/prof-dr-marwanti-mpd\\_pengembangan-wisata-gastronomi-guna-memperkuat-kebijakan-ekonomi](https://www.uny.ac.id/index.php/id/fokus-kita/prof-dr-marwanti-mpd_pengembangan-wisata-gastronomi-guna-memperkuat-kebijakan-ekonomi)

Muljadi, A. J. (2012). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Nawangsari, D. Muryani, C., & Utomowati, R. (2018). Pengembangan Wisata Pantai Desa Watu Karung Dan Desa Sendang Kabupaten Pacitan Tahun 2017. *Jurnal GeoEco*, 4(1), 31-40. <https://doi.org/10.20961/ge.v4i1.19172>

Nielsen, J. (2012). *Usability 101: Introduction to Usability*. Nielsen Norman Group. Retrieved from <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>

Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, & Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana

Nugraha, R., & Putra, C. G. A. (2023). Pengaruh Revitalisasi Monumen Nasional Sebagai Penunjang Peningkatan Minat Berkunjung. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(7), 371-380. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7817740>

Nurwitasari, A. (2015). Pengaruh Wisata Gastronomi Makanan Tradisional Sunda terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Kota Bandung. *Jurnal Barista*, 2(1).

- Palupi, S., & Fitri, A. (2019). Pendoman Pengembangan Wisata Kuliner. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Retrieved from <https://disbudparpora.ponorogo.go.id/wisata-kuliner/>
- Pradana, R. R. C., & Hellyani, C. A. (2023). Implementasi Pemasaran Media Sosial terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan Ke Mandalika Lombok. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 61-71. <https://doi.org/10.58192/profit.v2i3.976>
- Pratama, A. K. Y., Wisdaningrum, O. & Nugrahani, M. P. (2020). Pendampingan dan Penerapan Teknologi Untuk Peningkatan Produktivitas Usaha Mikro Gula Semut. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 275-284. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i2.3490>
- Pratiwi, I., Bangun, D. V. B., & Turgarini, D. (2021). Teknologi Digital untuk Wisata Gastronomi. *BARISTA: Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata*, 8(2), 37-45. <https://doi.org/10.34013/barista.v8i2.324>
- Prayogo, R. R. (2018). *Perkembangan Pariwisata dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Bitread Publising PT. Lontar Digital Asia.
- Priyatno, D. (2014). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Renggani, T., et al. (2021). *Keistimewaan Yogyakarta dalam Perspektif Gastronomi*. Yogyakarta : CV. AZZAGRAFIKA.
- Sari, N. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner khas Daerah Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1), 51-60. <https://doi.org/10.22437/jssh.v2i1.5281>
- Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. (2019). Deputi Perekonomian Setkab: Gastronomi Punya Potensi Besar Dalam Pengembangan UMKM. Retrieved from <https://setkab.go.id/deputi-perekonomian-setkab-gastronomi-punya-potensi-besar-dalam-pengembangan-umkm/>
- Sensuse, D. I., & Prayoga, S. H. (2012). Analisis Usability pada Aplikasi Berbasis Web dengan Mengadopsi Model Kepuasan Pengguna (User Satisfaction). *Jurnal Sistem Informasi*, 6(1), 70-79. <https://doi.org/10.21609/jsi.v6i1.278>
- Silitonga, S. S. M., & Anom, P. (2016). Kota Tua Barus Sebagai Daerah Tujuan Wisata Sejarah Di Kabupaten Tapanuli Tengah. *Jurnal Destinasi Pariwisata*. 4(2), 7-13. <https://doi.org/10.24843/despar.2016.v04.i02.p02>
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Memengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.



- Stavros, J. M., & Cole, M. L. (2013). SOARing Towards Positive Transformation and Change. *Abac Odi Journal Vision. Action. Outcome*, 1(1), 10-34. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/259975881\\_SOARing\\_towards\\_positive\\_transformation\\_and\\_change](https://www.researchgate.net/publication/259975881_SOARing_towards_positive_transformation_and_change)
- Stavros, J. M. & Hinrichs, G. (2009). *Thin Book of SOAR: Building Strengths-based Strategy*. Bend, OR: Thin Book Publishers.
- Suarto, E. (2016). Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis SWOT. *Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi Dan Pendidikan Geografi*, 03(01). 50-63. <https://doi.org/10.22202/js.v3i1.1597>
- Sufa, S. A., Subiakto, H., Octavianti, M., & Kusuma, E. A. (2020). Wisata gastronomi sebagai daya tarik pengembangan potensi daerah kabupaten sidoarjo. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 75-86. <https://doi.org/10.35760/MKM.2020.V4I1.2497>
- Sugiyama, A. G. (2011). *Ecotourism : Pengembangan Pariwisata Berbasis Konservasi Alam*. Bandung: Guardaya Intimarta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Supiani, S., Rahmat, F., & Budiman, F. (2021). Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Al-bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 49-58. <http://dx.doi.org/10.31958/ab.v1i1.2618>
- Turgarini, D. (2018). *Gastronomi Sunda Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung*. (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset
- Warisan Budaya Takbenda Indonesia. (2013). *Sroto Kriyik*. Retrieved from <https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/?newdetail&detailTetap=2124>
- Warisan Budaya Takbenda Indonesia. (2021). *Nopia Purbalingga*. Retrieved from <https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/?newdetail&detailCatat=3488>

- World Tourism Organization. (2017). *Second Global Report on Gastronomy Tourism. In Affiliate Members Report, Volume sixteen – Second Global Report on Gastronomy Tourism*. Madrid: UNWTO. Retrieved from [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/gastronomy\\_report\\_web.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/gastronomy_report_web.pdf)
- Wulandari, S. & Murwani, S. (2018). Pola Prinsip Kemitraan Dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Purbalingga Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen Pembangunan*, 5(2), 171-190. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.02.7>
- Yoeti, Oka A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Yulesti, Afdia. (2017). Analisis Kelayakan Danau Tajwid (Kajuid) Sebagai Objek Wisata Di Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi*, 4(1), 1244-1254. Retrieved from <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFEKON/article/view/13473>
- Yunita, N. (2017). Tinjauan Sosiologis Mengenai Persepsi Masyarakat Kelurahan Api-Api Tentang Identitas Waria Di Kota Bontang. *Journal Sosiatri-Sosiologi*, 5(4), 16-30. Retrieved from <https://ejournal.ps.fisip-unmul.ac.id/site/?p=1098>
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Prenadamedia Group.