

**DAYA TARIK MINUMAN BANDREK KEMASAN DIKALANGAN
GENERASI Z SEBAGAI WARISAN WISATA KULINER DI KAWASAN
BANDUNG RAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Pariwisata pada Program Studi Manajemen Industri Katering



Oleh :

Zhafira Zharfanisa Hasanah

2001301

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

2024

LEMBAR HAK CIPTA

**DAYA TARIK MINUMAN BANDREK KEMASAN DIKALANGAN
GENERASI Z SEBAGAI WARISAN WISATA KULINER DI KAWASAN
BANDUNG RAYA**

OLEH

ZHAFIRA ZHARFANISA HASANAH

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Industri Katering Fakultas
Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

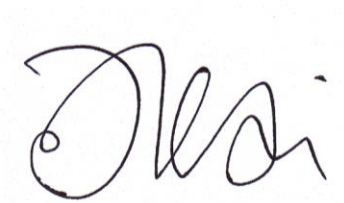
© Zhafira Zharfanisa Hasanah
Universitas Pendidikan Indonesia
Januari 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang. Skripsi ini tidak boleh diperbanyak
seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya
tanpa seizin penulis

LEMBAR PENGESAHAN
DAYA TARIK MINUMAN BANDREK KEMASAN DIKALANGAN
GENERASI Z SEBAGAI WARISAN WISATA KULINER DI KAWASAN
BANDUNG RAYA

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing 1



Dr. Dewi Turgarini, S.S.,MM.Par
NIP 197003202008122001

Pembimbing 2



Dias Pratami Putri, S.Pd.,M.Si
NIP 920200419919015201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



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

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Daya Tarik Minuman Bandrek Kemasan Dikalangan Generasi Z Sebagai Warisan Wisata Kuliner di Kawasan Bandung Raya” ini beserta isinya adalah sepenuhnya karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain serta pengutipan yang dilakukan dengan mencantumkan sumber yang jelas sesuai etika keilmuan yang berlaku.

Atas pernyataan ini, saya bertanggung jawab dan bersedia menanggung resiko atau sanksi apabila ditemuka adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya atau klaim pihak lain ata keaslian karya saya.

Bandung, 12 Agustus 2024

Pembuat Pernyataan



Zhafira Zharfanisa Hasanah

2001301

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Daya Tarik Minuman Bandrek Kemasan Dikalangan Generasi Z Sebagai Warisan Wisata Kuliner di Kawasan Bandung Raya” dari awal hingga akhir dengan tepat waktu. Shalawat serta salam turut penulis panjatkan kepada suri tauladan sepanjang masa Nabi Muhammad SAW.

Penulisan skripsi ini menjadi salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan kelulusan dalam memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Industri Katering Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia. Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi dan penelitian ini masih terdapat kekurangan.

Akhir kata, penulis berharap semoga setiap ilmu yang didapat oleh penulis dapat menjadi berkah dan juga penulis harap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca serta pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Bandung, 12 Agustus 2024

Pembuat Pernyataan



Zhafira Zharfanisa Hasanah

2001301

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis sadar bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan sehingga penulis mendapatkan banyak bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat baik dalam penyusunan skripsi ini baik melalui waktu, tenaga, ataupun materi. Penulis ucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Allah SWT., karena atas segala rahmat dan ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini diwaktu yang tepat.
2. Tauladan sepanjang masa, Nabi Muhammad SAW., atas Shalawat serta salam yang tercurahkan kepada beliau.
3. Kedua Orangtua penulis, Ayah Ruddy, dan Ibu Aan, serta kedua kakak kandung penulis, Kakak Rifqi, dan Kakak Fikri. Terimakasih atas semua dukungan material dan dukungan *non-material* yang tiada henti kepada penulis, serta pengorbanan yang sangat besar yang telah diberikan dengan ikhlas dan sabar demi kelancaran pendidikan yang penulis tempuh hingga akhir.
4. Prof. Dr. Agus Mulyana, M.Hum., selaku dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
5. Dr. Woro Priantini, S.Pd., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering
6. Dr. Dewi Turgarini, S.S.,MM.Par selaku pembimbing pertama penulis yang senantiasa membimbing penulis dengan ilmu, masukan, bantuan, motivasi, waktu, dan tenaganya selama keberlangsungan penulisan skripsi ini.
7. Dias Pratami Putri, S.Pd.,M.Si selaku dosen pembimbing kedua penulis yang senantiasa membimbing penulis dengan ilmu, masukan, bantuan, motivasi, waktu, dan tenaganya selama keberlangsungan penulisan skripsi ini.
8. Seluruh dosen program studi Manajemen Industri Katering beserta jajarannya yang telah mendidik serta memberikan banyak ilmu, masukan dan pengalaman kepada penulis dengan baik selama masa perkuliahan.

9. Seluruh narasumber dan partisipan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan penulis informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini baik secara luring maupun daring.
10. Keluarga besar penulis Bude Aar, Cici, Nadya, Hayfa. Terimakasih selalu memberikan dukungan kepada penulis berupa ajakan bermain, liburan, Serta bimbingan, nasihat, dan menjadi tempat berkeluh kesah dikala penulis penat mengerjakan skripsi. Terimakasih atas tenaga, dan waktu yang diberikan kepada penulis dalam setiap proses ini.
11. Sahabat terbaik penulis Ayu, Ane, Annisa, Rizka, Siti, Chika, Ifa, Hafidh, dan Alief, yang selalu setia menjadi tempat berkeluh kesah penulis, teman bermain, dan juga teman belajar sejak masa SMP, serta tiada hentinya memberikan do'a dan dukungan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan proses perkuliahan ini hingga akhir.
12. Cahya Pelita, dan Mulia Dharma selaku teman dekat penulis yang sering meluangkan waktunya untuk menemani, mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat serta dukungan dari awal duduk di bangku SMA, hingga akhir masa perkuliahan ini.
13. Teman seperjuangan dalam mengerjakan skripsi Astri, Lussy, Agni, Arbyta, Mitha. Terimakasih telah bersedia meluangkan waktu untuk selalu mendengarkan, memberikan canda dan tawa, saling memberi masukan, dan membantu dalam proses pengerjaan skripsi.
14. Seluruh teman angkatan 2020 baik mahasiswa MIK maupun diluar mahasiswa MIK yang telah menemani setiap proses di perkuliahan, dan saling menguatkan satu sama lain untuk bertahan dan berjuang dari awal masa perkuliahan hingga akhir bersama. Terimakasih telah mengisi hari-hari selama 4 tahun berada di UPI.
15. Kakak tingkat di Program Studi Manajemen Industri Katering yang senantiasa dengan ikhlas membantu dan memberikan arahan juga dukungan kepada penulis sejak awal pembuatan skripsi hingga skripsi ini selesai.

16. Terakhir, diri saya sendiri selaku penulis skripsi ini yang telah berjuang dan menikmati setiap proses hidup yang dijalani. Sehingga, saya dapat membuktikan bahwa saya mampu menyelesaikan jenjang perkuliahan ini hingga akhir. Semoga skripsi ini dapat menjadi salah satu karya terbaik yang saya ciptakan dan menjadi motivasi untuk dapat lebih baik lagi. Terimakasih banyak Zhafira Zharfanisa Hasanah karena telah berjuang dan menikmati setiap kerikil pada proses dalam memperjuangkan gelar impian ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca dan dapat menjadi inspirasi dalam menemukan penelitian yang inovatif.

Bandung, 12 Agustus 2024

Pembuat Pernyataan



Zhafira Zharfanisa Hasanah

2001301

ABSTRAK

Minuman tradisional bandrek merupakan bagian kuliner lokal dari warisan kuliner di kawasan Bandung Raya yang saat ini sudah mulai tergeser eksistensinya dengan minuman lokal lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan bagi industri kuliner dan pariwisata dalam mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai untuk mempromosikan warisan kuliner tradisional di kalangan Generasi Z. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan campuran atau *mix method*. Pendekatan kualitatif dilakukan melalui analisis deskriptif dengan cara pengumpulan data yang berupa wawancara, dan observasi. Sementara pendekatan kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan kuisioner yang disebarakan kepada 113 responden Generasi Z. Hasil penelitian kuantitatif digunakan untuk menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti daya tarik visual, inovasi teknologi, fungsionalitas pada kemasan menjadi faktor utama yang memengaruhi minat Generasi Z terhadap minuman Bandrek kemasan. Sementara pada hasil penelitian kualitatif, minuman Bandrek dipandang sebagai cara untuk mempertahankan identitas budaya, dan tradisional pada minuman ini karena kemudahan konsumsi dan nilai historisnya.

Kata Kunci : Bandrek kemasan, Generasi Z, Wisata Kuliner

ABSTRACT

The traditional drink bandrek is a part of local culinary in the culinary heritage in the Greater Bandung area which is currently beginning to shift its existence with other local drinks. This study aims to provide insights for the culinary and tourism industry in developing appropriate marketing strategies to promote traditional culinary heritage among Generation Z. The approach in this research uses a mixed method approach. The qualitative approach was carried out through descriptive analysis by collecting data in the form of interviews, and observations. While the quantitative approach was carried out by distributing questionnaires distributed to 113 Generation Z respondents. The quantitative research results were used to show that factors such as visual appeal, technological innovation, and functionality of the packaging are the main factors influencing Generation Z's interest in packaged Bandrek drinks. While in the qualitative research results, Bandrek drinks are seen as a way to maintain cultural identity, and traditional in this drink due to its ease of consumption and historical value.

Keywords: Bandrek packaging, Generation Z, Culinary Tourism

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	ii
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pariwisata	8
2.1.1.1 Definisi Pariwisata.....	8
2.1.1.2 Karakteristik Pariwisata.....	8
2.1.1.3 Jenis Pariwisata.....	9
2.1.1.4 Daya Tarik Wisata.....	10
2.1.1.5 Wisata Kuliner	11
2.1.2 Generasi Z	12
2.1.3 Minuman Tradisional	13

2.1.4 Upaya Pelestarian Warisan Minuman Tradisional Bandrek	14
2.1.5 Pengembangan Produk Berupa Inovasi pada Kemasan	16
2.1.6 Bandrek	18
2.1.7 Nona Helix	20
2.1.8 <i>Foodscape</i>	21
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Subjek dan Objek Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian	27
3.3 Operasionalisasi Variabel	29
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Sampel	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Jenis dan Sumber Data	40
3.7 Instrumen Penelitian	41
3.8 Pengujian Instrumen	43
3.8.1 Pengujian Validitas	43
3.8.2 Pengujian Reliabilitas	50
3.8.2 Triangulasi Data	51
3.9 Teknik Analisis Data	52
3.9.1 Teknik Analisis Data Kuantitatif	53
3.9.2 Teknik Analisis Data Kualitatif	55
BAB IV PEMBAHASAN	58

4.1	Gambaran Umum Penelitian	58
4.1.1	Sejarah Kawasan Bandung Raya	58
4.1.2	Kondisi Wilayah Kawasan Bandung Raya	58
4.2	Temuan Produk Bandrek Kemasan di Kawasan Bandung Raya.....	60
4.2.1	Bandrek Hanjuang	60
4.2.2	Bandrek Abah	61
4.2.3	Bandrek Warung Paseh	62
4.2.4	Bandrek Braga	63
4.2.5	Bandrek Bandung by Sifa	64
4.2.6	Bandrek Special by Chandra Snack.....	64
4.2.7	Bandrek Cap Sahabat.....	65
4.2.8	Peta Sebaran Sentra Produksi Minuman Bandrek Kemasan di Kawasan Bandung Raya.....	66
4.3	Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Generasi Z pada Bandrek Kemasan di Kawasan Bandung Raya.....	67
4.3.1	Gambaran Umum Responden.....	67
4.3.2	Gambaran Umum Variabel Daya Tarik Kemasan.....	72
4.3.3	Gambaran Umum Variabel Generasi Z.....	85
4.3.4	Hasil Olah Data Kedua Variabel.....	94
4.3	Identifikasi Daya Tarik Warisan Wisata Kuliner pada Minuman Tradisional Bandrek Sebagai Bagian dari Warisan Wisata Kuliner di Kawasan Bandung Raya.....	99
4.4.1	Gambaran Umum Narasumber	99
4.4.2	Identifikasi Hasil Wawancara Narasumber.....	100
4.4.3	Hasil Identifikasi Daya Tarik Wisata Kuliner pada Minuman Bandrek di Kawasan Bandung Raya	148
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		151

5.1 Kesimpulan.....	151
5.2 Saran.....	152
DAFTAR PUSTAKA.....	153
LAMPIRAN.....	157

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Persebaran Sentra Produksi Bandrek di Kawasan Bandung Raya	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.2 Data Pemilihan Minuman Tradisional Bandrek di Kalangan Generasi Z.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	29
Tabel 3. 2 Populasi Generasi Z di Kawasan Bandung Raya	36
Tabel 3. 3 Rancangan Instrumen Pertanyaan Kuantitatif.....	42
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kesesuaian dengan Produk.....	45
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Visual	46
Tabel 3. 6 Tabel Uji Validitas Variabel Kenyamanan dan Fungsionalitas.....	46
Tabel 3. 7 Tabel Uji Validitas Variabel Keamanan dan Kebersihan.....	47
Tabel 3. 8 Tabel Uji Validitas Variabel Inovasi Teknologi	48
Tabel 3. 9 Tabel Uji Validitas Kesadaran Merk dan Kualitas Produk	48
Tabel 3. 10 Tabel Uji Keterlibatan Aktif dalam Proses Pembelian	49
Tabel 3. 11 Tabel Uji Tren Pembelian Berkelanjutan.....	50
Tabel 3. 12 Tabel Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 3. 13 Skala Likert	53
Tabel 4. 1 Letak Astronomi Kabupaten/Kota di Kawasan Bandung Raya	59
Tabel 4. 2 Tabel Luas Wilayah di Kawasan Bandung Raya.....	60
Tabel 4. 3 Hasil Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Hasil Karakteristik Tahun Usia	68
Tabel 4. 5 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per-Bulan ...	69
Tabel 4. 6 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	70
Tabel 4.7 Rekapitulasi Pengetahuan Responden Terhadap Merk Minuman Bandrek Kemasan Hasil Produsen di Kawasan Bandung Raya	71
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Responden Mengenai Variabel Kesesuaian Produk	73
Tabel 4. 9 Garis Kontinum Indikator Kesesuaian Pada Produk Terhadap Daya Tarik Variabel Kemasan	74

Tabel 4. 10 Rekapitulasi Responden Mengenai Indikator Daya Tarik Visual.....	75
Tabel 4. 11 Garis Kontinium Indikator Daya Tarik Visual Terhadap Daya Tarik Variabel Kemasan	76
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Responden Mengenai Kenyamanan dan Fungsionalitas Kemasan.....	77
Tabel 4. 13 Garis Kontinium Indikator kenyamanan dan fungsional kemasan	78
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Responden Mengenai Keamanan dan Kebersihan Kemasan.....	79
Tabel 4. 15 Garis Kontinium Indikator Keamanan dan Kebersihan Kemasan	80
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Responden Mengenai Inovasi Teknologi Kemasan	81
Tabel 4. 17 Garis Kontinium Indikator Keamanan dan Kebersihan Kemasan	82
Tabel 4. 18 Hasil Rekapitulasi Keseluruhan Indikator pada Variabel Daya Tarik Kemasan.....	83
Tabel 4. 19 Kelas Interval Indikator Variabel Kemasan.....	84
Tabel 4. 20 Rekapitulasi Responden Mengenai Indikator Kesadaran Merk dan Kualitas Produk.....	86
Tabel 4. 21 Garis Kontinium Indikator Kesadaran Merk dan Kualitas Produk....	87
Tabel 4. 22 Rekapitulasi Responden Mengenai Indikator Keterlibatan Aktif dalam Proses Pembelian	88
Tabel 4. 23 Garis Kontinium Indikator Keterlibatan Aktif Dalam Pembelian Produk.....	89
Tabel 4.24 Rekapitulasi Responden Mengenai Indikator Tren Pembelian Keberlanjutan.....	90
Tabel 4.25 Rekapitulasi Responden Mengenai Indikator Tren Pembelian Berkelanjutan	91
Tabel 4.26 Hasil Rekapitulasi Keseluruhan Indikator pada Variabel Generasi Z.....	92
Tabel 4. 27 Kelas Interval Indikator Variabel Kemasan.....	93
Tabel 4. 28 Hasil Uji Normalitas.....	94
Tabel 4. 29 Hasil Uji Regresi Sederhana	95
Tabel 4. 30 Hasil Koefisien Korelasi	96
Tabel 4. 31 Klasifikasi Koefisien Korelasi	96

Tabel 4. 32 Hasil Uji Koefisien Determinasi	97
Tabel 4. 33 Hasil Uji Secara Parametrik (Uji F)	98
Tabel 4. 34 Hasil Uji Secara Parsial (Uji T).....	99
Tabel 4. 35 Tabel Profil Umum Narasumber	99
Tabel 4. 36 Data Temuan Indikator Penekanan pada Pengalaman Kuliner	101
Tabel 4. 37 Data Temuan Indikator Penekanan pada Pengalaman Kuliner	105
Tabel 4. 38 Data Temuan Indikator Identitas Kultural dan Kreativitas Kuliner ..	111
Tabel 4. 39 Contoh Bentuk Implementasi pada Kreativitas Kuliner pada Minuman Bandrek.....	114
Tabel 4. 40 Data Temuan Indikator Pengaruh Ekonomi Pariwisata.....	115
Tabel 4. 41 Data Temuan Indikator Atraksi	118
Tabel 4. 42 Produk yang Dijual oleh Ketiga Pelaku Usaha Minuman Bandrek .	120
Tabel 4. 43 Data Temuan Indikator Fasilitas.....	124
Tabel 4. 44 Fasilitas Yang Dimiliki Ketiga Pelaku Usaha	127
Tabel 4. 45 Data Temuan Indikator Fasilitas.....	131
Tabel 4. 46 Kontak Pabrik Bandrek	134
Tabel 4. 47 Data Temuan Indikator Bahan-Bahan Lokal.....	135
Tabel 4. 48 Data Temuan Indikator Teknik Tradisional.....	140
Tabel 4. 49 Contoh Perkakas Dapur yang digunakan oleh Pelaku Usaha Bandrek Kemasan.....	145

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Nona Helix Gastronomy Creativepreneurship	20
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 3. 1 Rumus Pearson	43
Gambar 3. 2 Gambaran Triangulasi Data	52
Gambar 3. 3 Garis Kontinium	54
Gambar 4. 1 Bandrek Hanjuang	60
Gambar 4. 2 Bandrek Abah	61
Gambar 4. 3 Bandrek Warung Paseh	62
Gambar 4. 4 Bandrek Braga	63
Gambar 4. 5 Bandrek Bandung By Sifa	64
Gambar 4. 6 Bandrek Special by Chandra Snack	64
Gambar 4. 7 Bandrek Cap Sahabat	65
Gambar 4. 8 Peta Sentra Produksi Minuman Bandrek di Kawasan Bandung Raya	66
Gambar 4. 9 Infografis Nilai Budaya yang Terkandung Pada Minuman Bandrek	104
Gambar 4. 10 Buku Inventarisasi Warisan Budaya Tak Benda (WBTB) Kab. Bandung	108
Gambar 4. 11 Contoh Upaya Pendampingan pada Masyarakat	109
Gambar 4. 12 Es Krim Rasa Bandrek	114
Gambar 4. 13 Kue Milles Crepes Rasa Bandrek	114
Gambar 4. 14 Aneka Menu Olahan Minuman Bandrek	114
Gambar 4. 15 Inovasi Kemasan Bandrek	114
Gambar 4. 16 Diagram Tingkat Minat Masyarakat Mengenai Minuman Bandrek Kemasan di Kawasan Bandung Raya	117
Gambar 4. 17 Aneka Varian Bandrek	120
Gambar 4. 18 Contoh Produk Kopi Bandrek	121
Gambar 4. 19 Contoh Produk Bandrek Original	121

Gambar 4. 20 Contoh Produk Bandrek Abah Kemasan Serbuk	121
Gambar 4. 21 Contoh Produk Bandrek Special Kemasan Botol	122
Gambar 4. 22 Contoh Produk Bandrek Abah Original Kemasan Botol	122
Gambar 4. 23 Contoh Produk Bandrek Seduh Kemasan Botol	122
Gambar 4. 24 Daftar Menu Warung Bandrek Paseh	123
Gambar 4. 25 Ruang Stok Bahan Baku CV. Cihanjuang Inti Teknik (CINTEK)	127
Gambar 4. 26 Ruang Mixing Bahan Baku	127
Gambar 4. 27 Ruang Kemas Bandrek Hanjuang	128
Gambar 4. 28 Website Resmi Bandrek Hanjuang.....	128
Gambar 4. 29 Gudang Penyimpanan Produk Bandrek Abah.....	128
Gambar 4. 30 Mesin Kemas Bandrek Abah.....	128
Gambar 4. 31 Offline Stor Bandrek Abah.....	129
Gambar 4. 32 Link Resmi Sosial Media Bandrek Abah	129
Gambar 4. 33 Whatsapp Bussiness Bandrek Warung Paseh.....	129
Gambar 4. 34 Area Tempat Makan Warung Bandrek Paseh	130
Gambar 4. 35 Area Parkir Warung Bandrek Paseh	130
Gambar 4. 36 Infografis Jalur Suplai Bahan Baku Bandrek	139
Gambar 4. 37 Kualiti Tanah Liat	144
Gambar 4. 38 Sutil Kayu.....	144
Gambar 4. 39 Dandang Bandrek	145
Gambar 4. 40 Saringan.....	145
Gambar 4. 41 Kompor dan Kualiti Besi.....	146
Gambar 4. 42 Mesin Kemas Bandrek Abah.....	146
Gambar 4. 43 Mesin Pengaduk	146
Gambar 4. 44 Mesin Penumbuk.....	147
Gambar 4. 45 Mesin Kemas.....	147
Gambar 4. 46 Mesin Pengering.....	147

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, D., & Trimo, L. (2020). Faktor – Faktor Penentu Keberhasilan Usaha Minuman Tradisional. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 4(2), 323–334. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2020.004.02.10>
- Aminah, A. (2021). *Cultural Heritage and Traditional Beverages: A Study of Local Communities in Indonesia*. *Journal of Ethnic Foods*, 112-120
- Anastasia, M., Anggi, M., D.S, N., Dwita, H. R., Wijoyono, E., Salim, H., Gombloh, J., Adishakti, L. T., & Hadiwinoto, S. (2013). Pendidikan Pusaka Indonesia. *Jurnal Teknik Pomits*, 2(2), 96–99.
- Astari, L., & Nugroho, A. (2023). *Cultural Identity and Tradisional Beverage Consumption Among Millenials in Indonesia*. *Journal of Indonesian Cultural Studies*.
- Bessiere, J. &. (2018). Gastronomy and Tourism: A Strategic Perspective. *Tourism Management Perspectives*, 107-115.
- Chesbrough, H. W. (n.d.). *Open Innovation The New Imperative for Creating and Profiting from Technology* (Issue 112). Harvard Business School Publishing.
- Defitasari, Widayanti, S., Nur Indah, P., & Andrian Syah, M. (2022). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Jamu Tradisional Di Kecamatan Gondang Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(2), 513–526.
- Fennel, A. H. (2013). *The Routledge Handbook of Tourism and Environment*. New York: Routledge.
- Fu, Y. Y. (2019). A billion cups: The diversity, traditional uses, safety issues and potential of Chinese herbal teas. *ethnopharmacology*, 217-228.
- Gozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gursoy, D. &. (2021). Tourism and Hospitality Research: Trends and Challenges. *Tourism Management Perspectives*.

- Halimah, N. (2023). Natural Ingredients in Traditional Beverages: A Sustainable Approach. *International Journal of Food Science*, 45-60.
- Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di D.I. Yogyakarta. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 15(1), 1–24. <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/36472>
- Hendriawan, F. F. (2021). IMPLIKASI RENCANA POLA RUANG TERHADAP TERJADINYA FENOMENA URBAN SPRAWL DI METROPOLITAN BANDUNG RAYA. *Tugas Akhir*, 62.
<https://digilib.itb.ac.id/assets/files/2021/MjAyMSBUQSBQUUCBGRVJESUFOI EZBVVpJIEhFTkRSSUFXQU5fQkFCIDMucGRm.pdf>
- Keskin, B., & Güneş, E. (2021). Social and cultural aspects of traditional drinks: A review on traditional Turkish drinks. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25(July). <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100382>
- Kotler, P. &. (2020). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Lee, H. &. (2022). Changing Consumption Patterns of Traditional Beverages in Asia: A Focus on Youth Preferences. *Journal of Ethnic Foods*.
- Lestari, P. (2021). Jamu: Indonesian Herbal Medicine and Its Health Benefits. *International Journal of Herbal Medicine*.
- Long, T., Hu, R., Cheng, Z., Xu, C., Hu, Q., Liu, Q., Gu, R., Huang, Y., & Long, C. (2023). Ethnobotanical study on herbal tea drinks in Guangxi, China. *Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine*, 19(1), 1–30. <https://doi.org/10.1186/s13002-023-00579-3>
- Moghadari, M., Tajadini, H., Setayesh, M., & Kamali, M. (2019). Alcohol Abuse, Consequences and Treatments from the Perspective of Traditional Iranian Medicine: A Review Study. *Addiction and Health*, 11(3), 192–201.
<https://doi.org/10.22122/ahj.v11i3.236>
- Morris, D. (1998). Social and Cultural Aspects of Drinking. *Report to the European Commission, March*, 102.
- Nalendra, A. R. A., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroto, I., Rahayuningsih, R., Lestari, R., Kusamandari, S., Yuliasari, R., Astuti, D., Latumahina, J., Purnomo, M. W.,

- & Zede, V. A. (2021). Stastitika Seri Dasar Dengan SPSS. In *Media Sains Indonesia : Bandung*. <http://www.penerbit.medsan.co.id/>
- Ningsih, W. I. F., Yuniyanto, A. E., Atmaka, D. R., Arinda, D. F., & Fajrina, H. (2021). Gambaran Konsumsi Suplemen Dan Herbal Pada Mahasiswa Sebelum Dan Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Pangan Kesehatan Dan Gizi Universitas Binawan*, 1(2), 1–8. <https://doi.org/10.54771/jakagi.v1i2.155>
- PELLO, D. E. (2021). PENGARUH SOSIAL MEDIA BAGI DIGITAL MARKETING. *Article*, 11.
- Perri, E. C. (2017). *Food and Wine Tourism: Integrating Food, Travel and Territory (CABI Tourism Texts) 2nd Edition*. CABI Tourism Texts.
- Pranata, A. (2021). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Universitas.
- Pusparani, W. (2021). Bandrek: Tradisi Minuman Hangat Khas Jawa Barat. *Jurnal Penelitian Budaya*.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36(October), 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Rizal, M. (2023). Rituals and Traditional Beverages: Connecting Culture and Community. *Journal of Cultural Anthropology*, 200-215.
- Rosalina, L., Oktarina, R., Rahmiati, & Saputra, I. (2023). Buku Ajar STATISTIKA. *FEBS Letters*, 185(1), 4–8.
- Sari, D. R., & Lestari, P. (2022). The Role of Traditional Drinks in Cultural Identity. *Cultural Studies Journal*, 85-97.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Setiawan, B., & Nasution, R. (2023). Documentation and Research as Key Components of Heritage Conservation. *Journal of Cultural Preservation*, 95-110.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Suhartanti Elly Reinna. (2009). analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku

- Minumana banderek pada CV. Cihanjung Inti Teknik. *Program Studi Ekonomi Pertanian Fakultas Sains Dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah : Jakarta*, 86.
- Turgarini, D. (2020). Bandung City as A Sundanese Gastronomy Foodscape. *Digital Press Social Sciences and Humanities*, 4(Ihtf), 00004.
<https://doi.org/10.29037/digitalpress.44351>
- Turgarini, D., Pridia, H., & Soemantri, L. L. (2021). Gastronomic Tourism Travel Routes Based On Android Applications In Ternate City. *The Journal Gastronomy Tourism*, 8(2), 57–64. <https://doi.org/10.17509/gastur.v8i2.41818>
- Wahyu, R., & Sari, D. (2023). Innovation in Traditional Beverages: Opportunities for Revitalization. *Asian Journal of Food Science and Technology*.
- Weaver, D. (n.d.). *tourism*.
- Yazdi, S. K. (2019). Structural breaks, international tourism development and economic growth. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja* , 32(1), 1765–1776. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1638279>
- Yuan, Y. H. (2021). Exploring the Impact of Culinary Experiences on Tourist Satisfaction and Loyalty. *Journal of Destination Marketing & Management*, 103-111.