

**ANALISIS PERSERPSI WISATAWAN TERHADAP DAYA TARIK
WISATA GASTRONOMI LOKAL DI *FLOATING MARKET* LEMBANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata Program Studi Manajemen Industri Katering



Disusun Oleh :
Agni Marsha
2001623

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KOTA BANDUNG
2024**

LEMBAR HAK CIPTA
ANALISIS PERSERPSI WISATAWAN TERHADAP DAYA TARIK
WISATA GASTRONOMI LOKAL DI *FLOATING MARKET* LEMBANG

Oleh
Agni Marsha
2001623

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Agni Marsha
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2024

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 PEGESAHAN

AGNI MARSHA

**ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP DAYA TARIK
WISATA GASTRONOMI LOKAL DI *FLOATING MARKET* LEMBANG**

Skripsi ini di setuju dan disahkan oleh :

Pembimbing I



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

Pembimbing II



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

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Woro Priantini, S.Pd., M.Si.
NIP. 197103092010122001

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Analisis Perserpsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Gastronomi Lokal Di *Floating Market Lembang***” ini beserta seluruh isinya adalah sepenuhnya karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiasi dari karya orang lain serta pengutipan yang dilakukan dengan mencantumkan sumber yang jelas sesuai etika keilmuan yang berlaku.

Atas pernyataan ini, saya bertanggungjawab dan bersedia menanggung resiko atau sanksi apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya atau klaim dari pihak lain atas keaslian karya saya.

Bandung, 11 Agustus 2024
Pembuat Pernyataan



Agni Marsha
2001623

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Gastronomi Lokal Di *Floating Market Lembang***” dari awal hingga akhir dengan tepat waktu. Shalawat serta salam turut penulis panjatkan kepada suri tauladan sepanjang mana Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Industri Katering Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia. Penelitian ini membahas mengenai nilai komponen gastronomi yang ditemukan di wisata gastronomi lokal *Floating Market Lembang*, keberadaan daya tarik wisata di *Floating Market Lembang*, serta persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market Lembang*.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua 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. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini agar dapat lebih baik lagi dimasa mendatang.

Akhir kata, penulis harap semoga setiap ilmu yang didapat oleh penulis dapat menjadi berkah dan juga penulis harap skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat dan menambah pengetahuan bagi banyak pihak.

Bandung, 11 Agustus 2024



Agni Marsha
2001623

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat baik penyusunan skripsi ini baik melalui waktu, tenaga, maupun materi. Penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT. Yang selalu senantiasa memberikan kelancaran, kekuatan, rahmat, dan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik di waktu yang tepat.
2. Suri tauladan sepanjang masa, Nabi Muhammad SAW. Atas shalawat dan salam yang turunkan kepada beliau.
3. Keluarga tercinta terutama Bapak Jajang Nurjaman, Ibu Mimin dan adik penulis Muhammad Hasbi Raihan Nashir Terima kasih atas semua do'a, kasih sayang, dukungan, kerja keras, nasihat, serta dukungan yang tiada henti agar penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini dengan baik.
4. Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia dan 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. dan Dias Pratami Putri, S.Pd., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya memberikan izin, bimbingan, dan arahan serta dukungan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Industri Katering beserta jajarannya yang telah mendidik serta memberikan banyak ilmu dan membantu penulis selama masa perkuliahan.
8. Dysa Tri Andeyan, Faridha Puri, dan Arbyta Nurul Jannah selaku sahabat penulis yang senantiasa memberikan semangat, menerima keluh kesah, serta selalu berjuang bersama penulis dalam menyelesaikan perkuliahan bersama penulis.

9. Najwa, Tiara, Dilla, Azzahra, Azhari, dan Anisa sahabat baik penulis yang sudah menyemangati, menerima keluhan kesah dan membantu penulis saat menyelesaikan skripsi ini.
10. Astri, Jennifer, dan Fatimah teman baik penulis yang telah kebersamai dan berjuang bersama dalam menyelesaikan perkuliahan bersama penulis.
11. Nurfaiza, Salma, Zahra, Devi, Zakiya, Dzidni, Trinita teman baik seperjuangan magang yang selalu memberikan semangat serta dukungan kepada penulis.
12. Teman seperbimbingan Bu Dewi dan Bu Dias yang telah kebersamai selama bimbingan serta dukungan semangat kepada penulis.
13. Seluruh teman-teman seperjuangan Manajemen Industri Katering angkatan 2020 yang telah bersama-sama berjuang dalam menjalani perkuliahan bersama penulis.
14. Seluruh narasumber serta responden para wisatawan yang telah meluangkan waktunya dan bersedia menjadi narasumber pada penelitian ini.
15. Semua pihak yang telah membantu, mendoakan dan memberikan dukungan serta semangat kepada penulis dalam kelancaran penyusunan skripsi ini.
16. Terakhir, terima kasih sebesar-besarnya kepada diri saya sendiri yang telah kuat dan sabar atas segala kondisi selama masa perkuliahan dan masa skripsi ini. Terima kasih untuk tidak menyerah, terus percaya diri dan semangat sehingga mampu berjuang keras dalam menyelesaikan pendidikan dan penyusunan skripsi ini. Terima kasih Agni Marsha.

Bandung, 11 Agustus 2024



Agni Marsha
2001623

AGNI MARSHA. 2001623. “ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP DAYA TARIK WISATA GASTRONOMI LOKAL DI *FLOATING MARKET LEMBANG*”

ABSTRAK

Floating Market Lembang merupakan salah satu destinasi wisata gastronomi lokal yang terkenal di Kabupaten Bandung Barat dengan dijumpainya berbagai makanan lokal. Hasil pra penelitian menunjukkan wisatawan tertarik untuk membeli makanan lokal tetapi lebih tertarik untuk membeli makanan kekinian. Penelitian ini memberikan *insight* yang lebih mendalam tentang bagaimana persepsi wisatawan pada gastronomi lokal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata gastronomi lokal di *Floating Market Lembang*. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *mixed method* (kualitatif dan kuantitatif) dengan pendekatan *Concurrent Triangulation Strategy* melalui pengumpulan data wawancara, observasi dan kuisioner. Wawancara dilakukan kepada stakeholder Nona Helix dan kuisioner disebarkan pada 110 orang wisatawan yang pernah berkunjung ke *Floating Market Lembang*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata *Floating Market Lembang* ditinjau dari komponen daya tarik wisata mendapatkan hasil yang sangat baik dengan skor persentase rata-rata 87,93%. Hal tersebut membuktikan bahwa objek wisata gastronomi lokal di *Floating Market Lembang* memiliki komponen daya tarik wisata yang tersedia dengan baik.

Kata Kunci : Persepsi Wisatawan, Daya Tarik Wisata, Wisata Gastronomi Lokal

AGNI MARSHA. 2001623. “ANALYSIS OF TOURISTS' PERCEPTIONS OF LOCAL GASTRONOMY TOURISM ATTRACTION AT FLOATING MARKET LEMBANG”

ABSTRACT

Floating Market Lembang is one of the famous local gastronomy tourist destinations in West Bandung Regency with a variety of local foods. Pre-research results show that tourists are interested in buying local food but are more interested in buying contemporary food. This research provides deeper insight into how tourists perceive local gastronomy. The purpose of this study was to determine tourists' perceptions of local gastronomic attractions at Floating Market Lembang. The research design used in this study is a mixed method approach (qualitative and quantitative) with a Concurrent Triangulation Strategy approach through data collection of interviews, observations and questionnaires. Interviews were conducted with Nona Helix stakeholders and questionnaires were distributed to 110 tourists who had visited Floating Market Lembang. The results of this study indicate that tourists' perceptions of the Floating Market Lembang tourist attraction in terms of the tourist attraction component get very good results with an average percentage score of 87,93%. This proves that the local gastronomy tourist attraction at Floating Market Lembang has a tourist attraction component that is well available.

Keywords: Perception, Tourists, Tourist Attraction, Local Gastronomic Tourism

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Pariwisata	11
2.1.2 Daya Tarik Wisata	11
2.1.3 Gastronomi	14
2.1.4 Wisatawan	19
2.1.5 Persepsi.....	19
2.1.6 Pangan Lokal	23
2.1.7 Makanan Tradisional	25
2.1.8 Nona Helix (Salapan Cinyusu).....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Desain Penelitian.....	37
3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian	37
3.3 Metode Penelitian.....	38
3.3.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	39

3.3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	40
3.3.3 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.3.4 Instrumen Penelitian	42
3.3.5 Operasionalisasi Instrumen Penelitian.....	42
3.3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.3.7 Uji Keabsahan Data	46
3.3.8 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas.....	47
3.3.9 Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	51
4.1.1 Profil <i>Floating Market</i> Lembang.....	51
4.1.2 Sejarah <i>Floating Market</i> Lembang.....	53
4.1.3 Wisata di <i>Floating Market</i> Lembang	53
4.2 Hasil Temuan.....	66
4.2.1 Karakteristik Narasumber	66
4.2.2 Identifikasi Asal Derah Makanan Lokal.....	68
4.2.3 Komponen Gastronomi.....	94
4.2.4 Komponen Daya Tarik Wisata	126
4.3.4 Nona Helix (Salapan Cinyusu)	146
4.3 Analisis Data Kuisisioner.....	170
4.3.1 Karakteristik Responden.....	170
4.3.2 Gambaran Umum Aspek Persepsi Wisatawan	177
4.3.3 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Wisatawan	196
4.3.6 Gambaran Umum Komponen Daya Tarik Wisata	198
4.3.7 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Komponen Daya Tarik Wisata	215
4.3.8 Hasil Analisis Data Kuisisioner	217
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	222
DAFTAR PUSTAKA	224
LAMPIRAN.....	231

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Indonesia Tahun 2021 – 2023	1
Tabel 1.2 Kuliner Di <i>Floating Market</i> Lembang	5
Tabel 1.3 Data Hasil Pra Penelitian Wisatawan <i>Floating Market</i> Lembang	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Partisipan Penelitian.....	37
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	43
Tabel 4.1 Wisata Alam di <i>Floating Market</i> Lembang	53
Tabel 4.2 Wisata Buatan di <i>Floating Market</i> Lembang.....	55
Tabel 4.3 Wisata Budaya di <i>Floating Market</i> Lembang.....	58
Tabel 4.4 Wisata Kuliner di <i>Floating Market</i> Lembang.....	59
Tabel 4.5 Wisata Petualangan di <i>Floating Market</i> Lembang	63
Tabel 4.6 Data Narasumber Penelitian.....	66
Tabel 4.7 Makanan Dari Wilayah Tertentu.....	68
Tabel 4.8 Karakteristik Khas Makanan Lokal	72
Tabel 4.9 Identitas Budaya Makanan Lokal	74
Tabel 4.10 Inventarisasi Asal Daerah dan Menu Makanan Lokal Di <i>Floating Market</i> Lembang	78
Tabel 4.11 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Proses Memasak.....	95
Tabel 4.12 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Peralatan Memasak	96
Tabel 4.13 Peralatan Masak yang Digunakan Oleh Pelaku Usaha di <i>Floating Market</i> Lembang	97
Tabel 4.14 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Bahan Baku	101
Tabel 4.15 Bahan Baku Makanan yang Digunakan Oleh Pelaku Usaha di <i>Floating Market</i> Lembang	102
Tabel 4.16 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Asal Bahan Baku.....	108
Tabel 4.17 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Ketentuan Mencicipi	109
Tabel 4.18 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Cara Menghidangkan	111
Tabel 4.19 Alat Menghidangkan di <i>Floating Market</i> Lembang	114
Tabel 4.20 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Meneliti dan Menulis Makanan.....	115

Tabel 4.21 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Pengalaman Unik	116
Tabel 4.22 Nilai Gizi pada Masakan Lokal di <i>Floating Market</i> Lembang.....	118
Tabel 4.23 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Filosofi, Sejarah, Tradisi dan Sosial	122
Tabel 4.24 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Etika dan Etiket	124
Tabel 4.25 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Atraksi	126
Tabel 4.26 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Aktivitas	130
Tabel 4.27 Aktivitas di Wisata <i>Floating Market</i> Lembang	131
Tabel 4.28 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Fasilitas Penginapan.....	132
Tabel 4.29 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Fasilitas Pendukung	135
Tabel 4.30 Fasilitas Pendukung di <i>Floating Market</i> Lembang.....	137
Tabel 4.31 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Aksesibilitas	140
Tabel 4.32 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai Trasportasi.....	143
Tabel 4.33 Hasil Wawancara Narasumber Mengenai <i>Ancillary Service</i>	144
Tabel 4.34 Hasil Wawancara Narasumber Pelaku Usaha	146
Tabel 4.35 Hasil Wawancara Narasumber Pemerintah.....	149
Tabel 4.36 Hasil Wawancara Narasumber Pekerja.....	152
Tabel 4.37 Hasil Wawancara Narasumber Pemasok	153
Tabel 4.38 Hasil Wawancara Narasumber Pakar.....	154
Tabel 4.39 Hasil Wawancara Narasumber Pemerhati.....	157
Tabel 4.40 Hasil Wawancara Narasumber NGO	163
Tabel 4.41 Hasil Wawancara Narasumber Media Informasi	167
Tabel 4.42 Data Responden Mengenai Aspek Daya Tarik Wisata	177
Tabel 4.43 Interval Skor Sub Variabel Aspek Daya Tarik Wisata	179
Tabel 4.44 Data Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan	180
Tabel 4.45 Interval Skor Sub Variabel Aspek Kualitas Layanan	182
Tabel 4.46 Data Tanggapan Responden Mengenai Aspek Fasilitas dan Aksesibilitas	184
Tabel 4.47 Interval Skor Sub Variabel Aspek Fasilitas dan Aksesibilitas.....	186
Tabel 4.48 Tanggapan Responden Terhadap Pengalaman Wisata	187
Tabel 4.49 Interval Skor Sub Variabel Pengalaman Wisata	189

Tabel 4.50 Data Tanggapan Responden Mengenai Informasi dan Promosi.....	190
Tabel 4.51 Interval Skor Sub Variabel Aspek Informasi dan Promosi.....	192
Tabel 4.52 Tanggapan Responden Terhadap Dampak Sosial dan Lingkungan..	193
Tabel 4.53 Interval Skor Sub Variabel Dampak Sosial dan Lingkungan	195
Tabel 4.54 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Wisatawan	196
Tabel 4.55 Interval Skor Sub Variabel Persepsi Wisatawan	197
Tabel 4.56 Tanggapan Responden Terhadap Atraksi (<i>Attraction</i>)	198
Tabel 4.57 Interval Skor Sub Variabel Komponen Atraksi (<i>Attraction</i>)	201
Tabel 4.58 Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas Fasilitas (<i>Facilities</i>)	202
Tabel 4.59 Interval Skor Sub Variabel Komponen Fasilitas (<i>Facilities</i>).....	205
Tabel 4.60 Tanggapan Responden Terhadap Infastruktur (<i>Infrastructure</i>).....	206
Tabel 4.61 Interval Skor Sub Variabel Infastruktur (<i>Infrastructure</i>).....	208
Tabel 4.62 Tanggapan Responden Terhadap Transportasi (<i>Transportation</i>).....	209
Tabel 4.63 Interval Skor Sub Variabel Trasportasi (<i>Trasnportation</i>).....	211
Tabel 4.64 Tanggapan Responden Terhadap <i>Hospitality</i>	212
Tabel 4.65 Interval Skor Sub Variabel <i>Hospitality</i>	214
Tabel 4.66 Hasil Tanggapan Reponden Terhadap Daya Tarik Wisata.....	215
Tabel 4.67 Interval Skor Sub Variabel Daya Tarik Wisata	216
Tabel 4.68 Hasil Skor Persentase Aspek Persepsi Wisatawan	217
Tabel 4.69 Hasil Skor Persentase Komponen Daya Tarik Wisata.....	219

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Komponen Gastronomi	16
Gambar 2.2 Salapan Cinyusu	29
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 3.1 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data	46
Gambar 3.2 Triangulasi Sumber Pengumpulan Data	47
Gambar 4.1 Denah Peta Floating Market Lembang	51
Gambar 4.2 Taman Kelinci	53
Gambar 4.3 Taman Angsa	54
Gambar 4.4 Taman Batu	54
Gambar 4.5 Kolam Ikan	54
Gambar 4.6 Rainbow Garden	54
Gambar 4.7 Wahana Air	55
Gambar 4.8 Miniatur Kereta Api	55
Gambar 4.9 Kota Mini	56
Gambar 4.10 Mewarnai Keramik	56
Gambar 4.11 Kolam Renang	56
Gambar 4.12 Joglo	56
Gambar 4.13 <i>Gazebo</i>	57
Gambar 4.14 Pusat Perbelanjaan	57
Gambar 4.15 Kyotoku	58
Gambar 4.16 Kampung Leuit	58
Gambar 4.17 Pasar Apung	59
Gambar 4.18 Resto Nasi Timbel	60
Gambar 4.19 Tahu Susu Lembang	60
Gambar 4.20 <i>Factory Outlet</i>	61
Gambar 4.21 Pisang Lilit	61
Gambar 4.22 Tiramisusu	61
Gambar 4.23 Resto Bakso dan Nasi Goreng	62
Gambar 4.24 <i>Snack dan Drinks Corner</i>	62

Gambar 4.25 <i>Rainbow Slide</i>	63
Gambar 4.26 ATV.....	64
Gambar 4.27 <i>Gokart Lembang Speedway</i>	64
Gambar 4.28 <i>Outbond</i>	64
Gambar 4.29 Kuda Tunggang.....	65
Gambar 4.30 Wahana Skuter dan Mobil.....	65
Gambar 4.31 Wahana Trampolin.....	65
Gambar 4.32 <i>Twinkle Twinkle</i>	65
Gambar 4.33 Bandrek	78
Gambar 4.34 Baso Aci	78
Gambar 4.35 Baso Goreng.....	78
Gambar 4.36 Batagor	79
Gambar 4.37 Bubur Ayam	79
Gambar 4.38 Cilok Bakar	79
Gambar 4.39 Cilok Goreng.....	79
Gambar 4.40 Cilok Kuah	80
Gambar 4.41 Cilok Kukus	80
Gambar 4.42 Cilor.....	80
Gambar 4.43 Cimol.....	80
Gambar 4.44 Cimol Bojot.....	80
Gambar 4.45 Colenak.....	81
Gambar 4.46 Combro.....	81
Gambar 4.47 Cuanki	81
Gambar 4.48 Es Cendol	81
Gambar 4.49 Gorengan	81
Gambar 4.50 Jasuke	82
Gambar 4.51 Ketan Bakar.....	82
Gambar 4.52 Leupeut Banjur Oncom	82
Gambar 4.53 Lumpia Basah.....	82
Gambar 4.54 Mie Kocok.....	83
Gambar 4.55 Misro	83

Gambar 4.56 Rebusan	83
Gambar 4.57 Rujak Cireng	83
Gambar 4.58 Sate Jando.....	84
Gambar 4.59 Seblak.....	84
Gambar 4.60 Tahu Crispy	84
Gambar 4.61 Tahu Isi Goreng.....	84
Gambar 4.62 Susu Murni Lembang	85
Gambar 4.63 Rujak Uleg Honje.....	85
Gambar 4.64 Tahu Bulat.....	85
Gambar 4.65 Tahu Gejrot	85
Gambar 4.66 Soto Mie Bogor	85
Gambar 4.67 Sate Maranggi	86
Gambar 4.68 Tahu Pletok	86
Gambar 4.69 Sekoteng.....	86
Gambar 4.70 Kupat Tahu.....	86
Gambar 4.71 Pecel Lele Banyumas	86
Gambar 4.72 Tempe Mendoan.....	87
Gambar 4.73 Lumpia Semarang	87
Gambar 4.74 Sate Kelinci	87
Gambar 4.75 Sate Ayam	87
Gambar 4.76 Sate Sapi.....	88
Gambar 4.77 Es Duren.....	88
Gambar 4.78 Ketan Fla Duren	88
Gambar 4.79 Baso Malang.....	88
Gambar 4.80 Keripik Tempe.....	88
Gambar 4.81 Es Goyobod.....	89
Gambar 4.82 Gemblong.....	89
Gambar 4.83 Kue Cubit	89
Gambar 4.84 Lontong Kuah Lodeh	89
Gambar 4.85 Lontong Sayur	89
Gambar 4.86 Mie Jowo	90

Gambar 4.87 Rode Jahe	90
Gambar 4.88 Tongseng	90
Gambar 4.89 Wedang Jahe Serai	90
Gambar 4.90 Duren Bakar	91
Gambar 4.91 Es Campur	91
Gambar 4.92 Pempek	91
Gambar 4.93 Es Jeruk Peras	91
Gambar 4.94 Keripik Bayam	92
Gambar 4.95 Es Jeruk Kelapa	92
Gambar 4.96 Kaloci	92
Gambar 4.97 Bingka Tape	92
Gambar 4.98 Es Pisang Ijo	93
Gambar 4.99 Bakwan	93
Gambar 4.100 Es Kelapa Muda	93
Gambar 4.101 Jagung Bakar	93
Gambar 4.102 Jus Buah	93
Gambar 4.103 Peta Persebaran Asal Daerah Makanan dan Minuman Lokal Di <i>Floating Market</i> Lembang	94
Gambar 4.104 Cara Memasak yang Dilakukan di <i>Floating Market</i> Lembang	96
Gambar 4.105 Baskom	97
Gambar 4.106 Wajan	98
Gambar 4.107 Sutil	98
Gambar 4.108 Serok	98
Gambar 4.109 Teflon	98
Gambar 4.110 Pisau	98
Gambar 4.111 Tusuk Sate	99
Gambar 4.112 Alat Bakar Sate	99
Gambar 4.113 Panci Langseng	99
Gambar 4.114 Saringan Mie	99
Gambar 4.115 Centong Bakso	99
Gambar 4.116 Parutan	100

Gambar 4.117 Ulekan Besar	100
Gambar 4.118 Batu Uleg.....	100
Gambar 4.119 Kompor Mawar	100
Gambar 4.120 Cetakan Mie	100
Gambar 4.121 Tepung Ketan	102
Gambar 4.122 Kelapa Parut	102
Gambar 4.123 Gula Aren	102
Gambar 4.124 Daging Sapi.....	102
Gambar 4.125 Tomat	102
Gambar 4.126 Cabe Rawit	103
Gambar 4.127 Bawang Merah	103
Gambar 4.128 Kecap Udang.....	103
Gambar 4.129 Mie	103
Gambar 4.130 Bumbu Dapur	103
Gambar 4.131 Sayuran.....	104
Gambar 4.132 Telur	104
Gambar 4.133 Kikil Sapi.....	104
Gambar 4.134 Mie Kuning Basah.....	104
Gambar 4.135 Taoge	104
Gambar 4.136 Singkong	105
Gambar 4.137 Kelapa Parut	105
Gambar 4.138 Oncom	105
Gambar 4.139 Bumbu Dapur	105
Gambar 4.140 Singkong	105
Gambar 4.141 Kelapa Parut	105
Gambar 4.142 Gula Aren	106
Gambar 4.143 Nanas	106
Gambar 4.144 Kedondong	106
Gambar 4.145 Pisang Batu.....	106
Gambar 4.146 Bengkoang.....	106
Gambar 4.147 Jambu Air	106

Gambar 4.148 Mentimun	107
Gambar 4.149 Cabe Rawit	107
Gambar 4.150 Gula Aren	107
Gambar 4.151 Honje	107
Gambar 4.152 Asam Jawa.....	107
Gambar 4.153 Infografis Distribusi Bahan Baku	108
Gambar 4.154 Wadah Kertas <i>Floating Market</i> Lembang.....	114
Gambar 4.155 Sendok Plastik	114
Gambar 4.156 Mangkok Keramik.....	114
Gambar 4.157 Gelas Kertas <i>Floating Market</i> Lembang.....	114
Gambar 4.158 Infografis Komponen Gastronomi <i>Floating Market</i> Lembang...	125
Gambar 4.159 Infografis Atraksi Wisata Di <i>Floating Market</i> Lembang.....	129
Gambar 4.160 Kegiatan Berkuliner	131
Gambar 4.161 Bermain Wahana Permainan.....	131
Gambar 4.162 Aktivitas Memberi Makan Ikan	132
Gambar 4.163 Infografis Penginapan di Wisata <i>Floating Market</i> Lembang	134
Gambar 4.164 Tempat Ibadah.....	137
Gambar 4.165 Toilet	137
Gambar 4.166 Area Parkir	137
Gambar 4.167 ATM BCA.....	138
Gambar 4.168 Persebaran Fasilitas Pendukung di Sekitar <i>Floating Market</i> Lembang.....	139
Gambar 4.169 QR Code Lokasi <i>Floating Market</i> Lembang.....	142
Gambar 4.170 Wisatawan Pernah Mencicipi Makanan Lokal.....	160
Gambar 4.171 Diagram Alasan Mencicipi Makanan Lokal	161
Gambar 4.172 Diagram Keunikan Makanan Lokal	162
Gambar 4.173 Diagram Hal yang Menjadikan Makanan Lokal Memiliki Filosofi yang Melekat	162
Gambar 4.174 Infografis Nona Helix (Salapan Cinyusu).....	169
Gambar 4.175 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	170
Gambar 4.176 Karakteristik Responden Menurut Usia	170

Gambar 4.177 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	171
Gambar 4.178 Karakteristik Responden Menurut Jumlah Penghasilan.....	172
Gambar 4.179 Karakteristik Responden Menurut Domisili	173
Gambar 4.180 Peta Domisili Responden	174
Gambar 4.181 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke <i>Floating Market</i> Lembang...	175
Gambar 4.182 Alasan Wisatawan Mengunjungi <i>Floating Market</i> Lembang.....	175
Gambar 4.183 Diagram Keinginan Berkunjung Kembali Wisatawan ke <i>Floating Market</i> Lembang	176
Gambar 4.184 Diagram Nilai Rata – Rata Aspek Daya Tarik Wisata.....	178
Gambar 4.185 Diagram Hasil Skor Daya Tarik Wisata.....	180
Gambar 4.186 Garis Kontinum Sub Variabel Aspek Daya Tarik Wisata	180
Gambar 4.187 Diagram Nilai Rata – Rata Aspek Kualitas Layanan.....	181
Gambar 4.188 Diagram Hasil Skor Aspek Afektif	183
Gambar 4.189 Garis Kontinum Sub Variabel Aspek Afektif	183
Gambar 4.190 Diagram Nilai Rata – Rata Aspek Fasilitas dan Aksesibilitas ...	185
Gambar 4.191 Diagram Hasil Skor Aspek Fasilitas dan Aksesibilitas.....	186
Gambar 4.192 Garis Kontinum Sub Variabel Aspek Fasilitas dan Aksesibilitas	187
Gambar 4.193 Diagram Nilai Rata – Rata Aspek Pengalaman Wisata	188
Gambar 4.194 Diagram Hasil Skor Komponen Pengalaman Wisata	189
Gambar 4.195 Diagram Garis Kontinum Sub Variabel Pengalaman Wisata	189
Gambar 4.196 Diagram Nilai Rata – Rata Aspek Informasi dan Promosi	191
Gambar 4.197 Diagram Hasil Skor Aspek Informasi dan Promosi	192
Gambar 4.198 Garis Kontinum Sub Variabel Aspek Informasi dan Promosi ...	192
Gambar 4.199 Diagram Nilai Rata – Rata Aspek Dampak Sosial dan Lingkungan	194
Gambar 4.200 Diagram Hasil Skor Aspek Dampak Sosial dan Lingkungan	195
Gambar 4.201 Diagram Garis Kontinum Sub Variabel Aspek Dampak Sosial dan Lingkungan.....	196
Gambar 4.202 Diagram Hasil Skor Persepsi Wisatawan.....	197
Gambar 4.203 Garis Kontinum Sub Variabel Persepsi Wisatawan.....	198
Gambar 4.204 Diagram Nilai Rata – Rata Komponen Atraksi (<i>Attraction</i>).....	200

Gambar 4.205 Diagram Hasil Skor Atraksi (<i>Attraction</i>)	201
Gambar 4.206 Garis Kontinium Sub Variabel Atraksi (<i>Attraction</i>)	202
Gambar 4.207 Diagram Nilai Rata – Rata Komponen Fasilitas (<i>Facilities</i>)	204
Gambar 4.208 Diagram Hasil Skor Komponen Fasilitas (<i>Facilities</i>)	205
Gambar 4.209 Garis Kontinium Sub Variabel Komponen Fasilitas (<i>Facilities</i>) ..	205
Gambar 4.210 Diagram Nilai Rata – Rata Komponen Infrastruktur (<i>Infrastructure</i>)	207
Gambar 4.211 Diagram Hasil Skor Infrastruktur (<i>Infrastructure</i>)	208
Gambar 4.212 Garis Kontinium Sub Variabel Infrastruktur (<i>Infrastructure</i>)	209
Gambar 4.213 Diagram Nilai Rata – Rata Komponen Transportasi (<i>Transportation</i>)	210
Gambar 4.214 Diagram Hasil Skor Komponen Transportasi (<i>Transportation</i>) ...	211
Gambar 4.215 Diagram Garis Kontinium Sub Variabel Komponen Transportasi (<i>Transportation</i>)	211
Gambar 4.216 Diagram Nilai Rata – Rata Komponen <i>Hospitality</i>	213
Gambar 4.217 Diagram Hasil Skor Komponen <i>Hospitality</i>	214
Gambar 4.218 Diagram Garis Kontinium Sub Variabel Komponen <i>Hospitality</i>	214
Gambar 4.219 Diagram Hasil Skor Daya Tarik Wisata	216
Gambar 4.220 Diagram Garis Kontinium Sub Variabel Daya Tarik Wisata	216
Gambar 4.221 Diagram Hasil Persentase Aspek Persepsi Wisatawan	218
Gambar 4.222 Diagram Hasil Persentase Komponen Daya Tarik Wisata	219
Gambar 4.223 Infografis Analisis Data Kuisioner	221

DAFTAR PUSTAKA

- April. (2021). *Pangan Lokal & Kontribusinya Mengurangi Emisi Karbon*.
- Ayu, I., Arini, D., Novita, M., & Lestari, D. (2021). Wisata Gastronomi: Dalam Tradisi Megibung Di Kabupaten Karangasem. *Cultoure: Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu*, 2(2), 204–215.
- Azlan, C. S., & Nurul Najwa Napatah. (2022). Unesco Creative City Of Gastronomy: Melaka's Potential From Local Community Perspective. *European Proceedings of Multidisciplinary Science*, 3, 255–267. <https://doi.org/https://doi.org/10.15405/epms.2022.10.25>
- Badan Pusat Statistik. (2023a). *Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Asal (Perjalanan), 2021-2023*.
- Badan Pusat Statistik. (2023b). *Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Tujuan (Perjalanan), 2021-2023*.
- Badan Pusat Statistik. (2023c). *Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Provinsi, 2023*.
- Basiya, & Rojak, H. A. (2012). Kualitas Dayatarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah, *Dinamika Kepariwisata*,.
- <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/pdk1/article/view/1715/629>, 11(2).
- Bestari, N. M. P., Suryawan Wiranatha, A., Oka Suryawardani, I. G. A., & Darma Putra, I. N. (2022). Rejuvenating Cultural Tourism Through Gastronomic Creative Tourism in Ubud Bali. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 37(2), 136–145. <https://doi.org/10.31091/mudra.v37i2.1938>
- Birdsong, B. C. (2012). From Food Miles to Moneyball: How We Should Be Thinking about Food and Climate. *Maine Law Review*, 65.
- Brillat-Savarin, J. A., Fisher, M. F. K., & Buford, B. (2011). *The Physiology of Taste: Or Meditations on Transcendental Gastronomy (Vintage Classics)*. Vintage.
- Colloredo-Mansfeld, R., Tewari, M., Williams, J., Holland, D. C., Steen, A., & Wilson, A. B. (2014). Communities, supermarkets, and local food: Mapping connections and obstacles in food system work in North Carolina. *Human*

- Organization*, 73(3), 247–257.
<https://doi.org/10.17730/humo.73.3.d2n40426l3u08581>
- Conterius, A. (2020). Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Gunung Fatuleu, Desa Nunsanen, Kecamatan Fatuleu Tengah, Kabupaten Kupang. *Tourism*, 3(2), 83–92.
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2017). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Sage Publications, Inc.
- D, F. (1998). *Peluang, Kendala, dan Strategi Pengembangan Makanan Tradisional, dalam Kumpulan Ringkasan Makalah Seminar Nasional Makanan Tradisional: Meningkatkan Citra dan Mengembangkan Industri Makanan Tradisional Indonesia, Pusat Kajian Makanan Tradisional (PKMT),.*
- Dilek, S. E., & Dilek, N. K. (2018). *The Changing Meaning of Travel, Tourism and Tourist Definitions*.
https://www.researchgate.net/publication/324720103_The_Changing_Meaning_of_Travel_Tourism_and_Tourist_Definitions
- Djoko, S. (1995). *Pengorganisasian Masyarakat Memperkenalkan Kebiasaan Makan yang Baik, Widyakarya Nasional Khasiat Makanan Tradisional*.
- Fentri, D. M. (2017). Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Taman Wisata Alam Hutan Rimbo Tujuh Danau Di Desa Wisata Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Riau. *Jom Fisip*, 4(2), 1–11.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani, Andriyani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Hariyana, I. K., & Mahagangga, I. G. (2015). Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Kawasan Goa Peteng Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Jimbaran Kuta Selatan Kabupaten Badung. *Jurnal Destinasi Wisata*, 3(1), 24–34.
- Harmayani, E., Gardjito, M., & Santoso, U. (2017). *Makanan Tradisional Indonesia, Seri 1*. Gajah Mada University Press.

<https://books.google.co.id/books?id=taGiDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Harsana, M. (2005). *Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata. Prosiding, Seminar Nasional.*

Hibatullah, N., Suardana, I. W., & Sudiarta, I. N. (2022). Customer Experience, Kepuasan Wisatawan dan Loyalitas Wisatawan di Floating Market Lembang Bandung. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 8, 461. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v08.i02.p06>

Isdarmanto. (2017). Dasar Dasar Kepariwisataan dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata. In *Gerbang Media Aksara dan STiPrAm*. <http://perpus.univpancasila.ac.id/repository/EBUPT190173.pdf>

Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata (PT Gramedia Widiasarana Indonesia (ed.)).* Grasindo. https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_pariwisata/Kzxaq1D5-%0ARcC?hl=id&gbpv=1&dq=pengantar+pariwisata&pg=PR3&printsec=frontcover

J, M. (1991). *Strategies for sampling.* <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/104973239100100301>

Kalaya, P. (2021). Gastronomy Tourism Management as a Participatory Community Development Innovation and Approaches. *Journal of Cultural Approach*, 81–95.

Kartini, N. L., & Wahyuningsih, S. (2021). EKSPEKTASI DAN PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP MAKANAN TRADISIONAL DI BADUNG SELATAN – BALI. *Pariwisata*, 10(2).

Keliobas, N., Latupapua, Y. T., & Pattinasarany, C. K. (2019). Persepsi Pengunjung Terhadap Objek Wisata Pantai Gumumae Di Kecamatan Bula Kabupaten Seram Bagian Timur. *Jurnal Hutan Pulau-Pulau Kecil*, 3(1), 25–39. <https://doi.org/10.30598/jhppk.2019.3.1.25>

Kenyon, G. N., & Sen, K. C. (2015). *The Perception Process : The Perception of Quality.* https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-1-4471-6627-6_5

Koswatta, T. J., Wingenbach, G., & Leggette, H. R. (2023). Factors Influencing Public Perception of Science. *Journal of Applied Communications*, 106(4).

<https://doi.org/10.4148/1051-0834.2442>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*.

Langga, K. (2021). ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP DAYA TARIK WISATA DI PANTAI NEMBRALA KABUPATEN ROTE NDAO. *Journal of Business Theory and Practice*, 10(2), 6. http://www.theseus.fi/handle/10024/341553%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1958%0Ahttp://ejurnal.undana.ac.id/index.php/glory/article/view/4816%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/23790/17211077_Tarita_Syavira_Alicia.pdf?

Long, B., Yusof, N. S., Azmy, M. M., & Qin, X. (2023). The Success of a Food Tourism Destination: A Systematic Review. *International Journal of Professional Business Review*, 8(10), e03761. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i10.3761>

Mangifera, L., Isa, M., & Wajdi, M. F. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pemilihan Kuliner di Kawasan Wisata Alam Kemuning. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 20(1). <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v20i1.6415>

Marcelina, S. dewi, Febryano, I. G., Setiawan, A., & Yuwono, S. B. (2018). Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata Di Pusat Latihan Gajah Taman Nasional Way Kambas. *Jurnal Belantara*, 1(2), 45–53. <https://doi.org/10.29303/jbl.v1i2.60>

Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Rajagrafindo Persada: Jakarta.

Marwanti. (2000). *Pengetahuan Masakan Indonesia*.

Meyers, K. (2009). *Pengertian Pariwisata*. <http://assharrefdino.blogspot.com/2013/11/p>

Mutiara, R., Sumpena, D., & Azis, A. (2023). Dampak Objek Wisata Floating Market Lembang Terhadap Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 5(2), 147–166. <https://doi.org/10.15575/tamkin.v5i2.24176>

Prayitno, A. A., Winarno, G. D., Rusita, R. R., & Harianto, S. P. (2021). Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Daya Tarik Wisata Di Pantai Ketapang,

- Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung. *Journal of Tropical Marine Science*, 4(2), 65–72. <https://doi.org/10.33019/jour.trop.mar.sci.v4i2.2313>
- Prayoga, R. (2023). *Destinasi wisata favorit Lembang alami kenaikan pengunjung 30 persen*. ANTARA Kantor Berita Indonesia. <https://www.antaranews.com/berita/3504066/destinasi-wisata-favorit-lembang-alami-kenaikan-pengunjung-30-persen>
- Resmi, I. C., Dhewanto, W., & Dellyana, D. (2023). *Gastronomy Tourism: Local Food and Tourism Experience in Bandung*. 10(2), 1804–1810. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-234-7_190
- Sari, I. M., Sembiring, V. A., & Wicaksono, H. (2019). Pengembangan Wisata Kuliner Berbasis Bahan Pangan Lokal Sebagai Daya Saing Di Desa Wisata Sakerta Timur. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 24(3), 208–218.
- Sawarno, S. W. (2002). *Psikologi Lingkungan*.
- Schiffman, L. G., Wisenblit, J., & Kumar, S. R. (2019). *Consumer Behavior*. Harlow : Pearson Education. <https://online.fliphtml5.com/xzfa/wnrw/>
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Salemba Empat.
- Setiyariski, R., Syarifuddin, D., & Kristiutami, Y. P. (2019). Membangun Nilai Behavioral Itention Melalui Tourist Experience (Studi Tentang Tourist Experience Dampaknya Terhadap Behavioral Intention di Floating Market Lembang). *Media Wisata*, 17(November), 1113–1122. <https://doi.org/10.36276/mws/v17i1>
- Shyaqilla, A., Picha, A., Ariani, N. M., & Sutaguna, I. N. T. (2023). *Persepsi Wisatawan Terhadap Kuliner Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Gianyar Provinsi Bali*. 7(1), 388–406.
- Soeroso, A., & Turgarini, D. (2020). Kuliner Versus Gastronomi. *Jurnal Elektronik Pariwisata*, 7 N0.2, 194–204. <https://jurnal.harianregional.com/eot/full-60537>
- Solomon, M. R. (2016). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*.
- Song, H., & Witt, S. F. (2012). *Tourism demand modelling and forecasting: Modern econometric approaches*. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780080519418>
- Sosrodiningrat. (1991). *Makanan Tradisional: Posisi dan Perannya dalam Pengembangan Kepariwisataaan*. Makalah. Yogyakarta: HUT IKA BOGA.

- Sudaryono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Kharisma Putra Utama.
- Sugiarto, E., Makiya, K. R., Prasetyo, H., Priyanto, S. E., Deskarina, R., Rohman, N., & Nugroho, D. Y. (2023). *Perilaku Wisatawan*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Syaiful, S., & Yuliani, F. D. (2022). Inventarisasi Potensi dan Persepsi Wisatawan terhadap Daya Tarik Wisata Kawasan Hutan Mangrove Bandar Bakau Kota Dumai. *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(5), 1414–1415.
- Tingginehe, A. M., Waani, J. O., & Wuisang, C. E. . (2019). *PERENCANAAN PARIWISATA HIJAU DI DISTRIK ROON KABUPATEN TELUK WONDAMA, PAPUA BARAT*. 6(2), 1–10.
<https://doi.org/10.5614/jpwwk.2014.25.1.1>
- Triandewo, M. A., Prasastyo, K. W., & Azzahra, A. (2023). The Effect of Customer Satisfaction on Loyalty of the Lembang Floating Market Tourism Area. *Journal of Business Social and Technology*, 4(1), 98–109.
<https://doi.org/10.59261/jbt.v4i1.114>
- Triwidayati, M. H. M. (2020). Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di D.I. Yogyakarta. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 15, 1–24.
- Turgarini, D. (2021). *The Salapan Cinyusu (Nona Helix) as a “creativepreneurship” support model for gastronomy tourism in Bandung city*.
- Turgarini, D., Muhammad Baiquni, & Harmayani, E. (2018). *Gastronomi Sunda Sebagai Atraksi Wisata Di Kota Bandung*. Universitas Gadjah Mada.
- Turgarini, D., Ningsih, C., Pratiwi, I. I., & Isnani, H. M. (2023). *Wisata Gastronomi : Pedoman, Pengelolaan, dan Pengembangan*.
- Tutupoho, A. M., & Hartati, E. (2022). Students’ Perception of Paraphrasing in Writing: Cognitive, Affective and Conative. *National Seminar of Pendidikan Bahasa Inggris, Nspbi*, 83–90.
- Utami, A. T., Wufon, W., Wahid, A. A., & Rahayu, D. A. (2022). Minat Berkunjung Wisatawan Dianalisis Melalui Citra Destinasi dan Daya Tarik

- Wisata Kuliner Warung Terapung. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 22(1).
- UURI. (2009). *UU RI No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*.
<https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10TAHUN2009UU.HTM>
- Warde, A. (2019). Review of Jean-Pierre Poulain's The Sociology of Food: eating and the place of food in society. *Anthropology of Food*, February, 0–4.
<https://doi.org/10.4000/aof.10428>
- Widyasmara, I. B. M., Negara, I. M. K., & Suardana, I. W. (2013). Persepsi wisatawan terhadap wisata pantai di Kelurahan Pecatu Kabupaten Badung dalam perencanaan paket wisata. *IPTA*, 1(1), 45–50.
- Wijayanti, A., Studi, P., Universitas, P., Sarana, B., & Kota, P. (2020). Jurnal Refensi (Kuliner) 489966-None-7a18F9Ba. *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(1), 74–82.
<https://doi.org/10.31294/khi.v11i1.7998>
- Wolf, E. (2009). *What is Food Tourism*. Executive Director, World Food Travel Association. <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism-definition-food-tourism/>
- Wondirad, A., Kebete, Y., & Li, Y. (2021). Culinary tourism as a driver of regional economic development and socio-cultural revitalization: Evidence from Amhara National Regional State, Ethiopia. *Journal of Destination Marketing and Management*, 19(August 2020), 100482.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100482>
- World Economic Forum. (2022). Travel & tourism development index 2021: Rebuilding for a sustainable and resilient future. *World Economic Forum (Insight Report May 2022)*, 91.
- Wulandari, M., Winarno, G. D., & Darmawan, A. S. dan A. (2019). *PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP OBJEK DAYA TARIK WISATA DI KEBUN RAYA LIWA KABUPATEN LAMPUNG BARAT*. 2(2), 84–93.