

Nomor Daftar FPIPS : 5779/UN40.A2.10/PT/2025

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DENGAN MODERASI
TYPE OF CULINARY EXPERIENCE TERHADAP *FUTURE BEHAVIOUR*
WISATAWAN DI RESTORAN LEGENDARIS BRAGA PERMAI
KOTA BANDUNG**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam
memperoleh gelar Sarjana Pariwisata

Disusun Oleh:

Muhammad Rifqi Rahmandika Hilmi

2100853

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

LEMBAR HAK CIPTA

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DENGAN MODERASI
TYPE OF CULINARY EXPERIENCE TERHADAP *FUTURE BEHAVIOUR*
WISATAWAN DI RESTORAN LEGENDARIS BRAGA PERMAI
KOTA BANDUNG**

Oleh :

Muhammad Rifqi Rahmandika Hilmi

2100853

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh

Gelar Sarjana Pariwisata pada Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial

©Muhammad Rifqi Rahmandika Hilmi

Universitas Pendidikan Indonesia

2025

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,

dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DENGAN MODERASI *TYPE OF CULINARY EXPERIENCE* TERHADAP *FUTURE BEHAVIOUR* WISATAWAN DI RESTORAN LEGENDARIS BRAGA PERMAI KOTA BANDUNG

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing,

Pembimbing I



Caria Ningsih, M.Si., Ph.D

NIP. 1980031.200812.2.002

Pembimbing II



Dr. Dewi Turgarini, S.S., M.M.Par

NIP. 19700320.200812.2.001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



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

NIP. 19710309.201012.2.001

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rifqi Rahmandika Hilmi

NIM : 2100863

Program Studi : Manajemen Industri Katering

Judul Karya : Pengaruh *Perceived Value* dengan Moderasi *Type of Culinary Experience* Terhadap *Future Behaviour* Wisatawan di Restoran Legendaris Braga Permai Kota Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya menjamin bahwa seluruh isi karya ini, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan merupakan plagiarisme dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika dikemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Bandung, Januari 2025

Muhammad Rifqi Rahmandika Hilmi

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada sang maha pencipta Allah SWT, atas segala izin-Nya sehingga skripsi ini yang berjudul “ **Pengaruh *Perceived Value* dengan Moderasi *Type of Culinary Experience* Terhadap *Future Behaviour* Wisatawan di Restoran Legendaris Braga Permai Kota Bandung**” dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada nabi kita semua Nabi Muhammad SAW.

Penulisan laporan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan karena keterbatasan penulis data secara mendalam. Oleh karena itu penulis berharap mendapatkan kritik dan saran yang dapat membangun penelitian yang sangat baik.

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan terlibat dalam menyelesaikan laporan praktik pengalaman lapangan ini, semoga Allah SWT membalas kebaikan dan melimpahkan Rahmat serta karunia-Nya.

Jakarta, April 2024

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillah dengan banyak rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat, dan kemudahan sehingga skripsi yang penuh tantangan tetapi juga penuh pelajaran dapat terselesaikan dengan baik. Perjalanan yang tidak mudah dibarengi momen tawa dan juga lelah dapat dilewati atas izin-Nya. Penulis menyadari bahwa proses ini tidak dapat berjalan sendiri tetapi melibatkan banyak dukungan dari orang-orang luar biasa. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis akan menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah menjadi bagian penting pada proses perjuangan ini:

1. Dr. Woro Priatini S.Pd, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Caria Ningsih M.Si., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan nasihat serta bimbingan kepada penulis pada penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Dewi Turgarini S.S., MM.Par., selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan nasihat serta bimbingan kepada penulis pada penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen di lingkungan Program Studi Manajemen Industri Katering yang telah memberikan arahan serta bimbingan selama penulis menempuh masa studi.
5. Kedua orang tua, dan kakak penulis yang telah menyertai setiap langkah penulis dengan doa, restu, dukungan, baik moral dan materi yang tiada terhingga sehingga penulis mampu menyelesaikan studi ini.
6. Pak Yobi selaku *Supervisor* dan seluruh staf Braga Permai yang telah memberikan arahan, masukan dan, wawasan yang berharga selama penulis melaksanakan penelitian.
7. Seluruh responden penelitian ini yang telah meluangkan waktu dan memberikan dukungan, doa, serta informasi data yang dibutuhkan.

8. Alvita Purnomo, Erlika Garnadi, Fauzia Salma, Cleoresta Zein, Rachel Subiantara, Ameilya Windyaningrum, Basa Christina, Dini Tirtasari, Ika Pranoto yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk terus belajar dari ketidaktahuan serta pengalaman yang sangat berharga ketika penulis menjalankan program magang.
9. Fahmi Muhamad Rizky, B.T. sebagai kakak tingkat yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan dukungan, bantuan, masukan, motivasi serta membimbing penulis sehingga pada proses pengerjaan skripsi ini terasa lebih mudah.
10. MDMA: Muhamad Akbar Gumilang, Abiel Harmonia Rahmat, Mochammad Rafie Naufal Z.I , dan Rayyan Rakhi Bya sebagai sahabat penulis yang telah menjadi bagian dari keluarga baru karena sudah meluangkan waktu untuk bertukar cerita, keluh kesah, dan canda tawa selama perkuliahan.
11. 1994: Azka, Alike, Hannun, Nadya, Nahiza, Alin, Jiyah, Widi, dan Sesil selaku teman penulis yang sudah memberikan lingkungan pertemanan yang menyenangkan dan saling mendukung.
12. Saga Adisahya sebagai keluarga besar angkatan 21 Manajemen Industri Katering yang telah memberikan momen kebersamaan, semangat, dan inspirasi kepada penulis selama di bangku perkuliahan.
13. N² yang telah memberikan dukungan dan pengertian serta menjadi sumber motivasi dan tempat berbagi cerita selama proses penyusunan skripsi ini sehingga terasa lebih ringan dan bermakna.
14. Kepada Saya sendiri, Muhammad Rifqi Rahmandika Hilmi. Terima kasih atas segala usaha dan perjuangan ditengah banyaknya tantangan yang selalu menghampiri tetapi masih ingin untuk belajar dan tawakal terhadap semua proses yang dilalui.

ABSTRAK

Pengalaman menyantap makanan ikonik dan lokal yang beragam pada wisata kuliner belum menjadi kegiatan utama yang dapat memotivasi wisatawan untuk mengunjungi kembali dan merekomendasikan tempat wisata tersebut. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh studi empiris yang telah dilakukan di Segovia, Spanyol, yang terkenal dengan babi panggangnya sebagai makanan ikonik yang mempunyai kontribusi utama terhadap niat berkunjung kembali wisatawan dibandingkan dengan wisatawan yang telah mencoba makanan lokal lainnya. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh nilai yang dirasakan wisatawan terhadap niat berperilaku di salah satu restoran legendaris di Kota Bandung yang didukung dengan membandingkan individu yang telah mencoba makanan ikonik dan lokal. Pendekatan penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuesioner yang disebarakan serta *e-form*. Populasi penelitian ini adalah rata-rata pengunjung per bulan di Braga Permai yaitu sebanyak 7500 orang sehingga pengambilan sampel menggunakan rumus slovin yaitu 100 responden untuk mewakili populasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM-PLS (*Structural Equation Modeling*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan pada pengalaman keseluruhan (*whole experience*) yaitu yang telah menyantap makanan ikonik serta lokal lebih berpengaruh pada niat berkunjung kembali dan merekomendasikan walaupun tidak signifikan. Berdasarkan hasil penelitian ini, restoran legendaris Braga Permai harus dapat meningkatkan keaslian dari makanan ikonik dan khususnya lokal, tidak hanya untuk menjadi faktor penarik bagi wisatawan yang baru pertama kali datang tetapi sebagai pengalaman yang akan memotivasi wisatawan kembali.

ABSTRACT

The experience of eating diverse iconic and local foods in culinary tourism has not been the main activity that can motivate tourists to revisit and recommend the tourist attractions. This research is motivated by empirical studies that have been conducted in Segovia, Spain, which is famous for its roast pork as an iconic food that has a major contribution to tourists' revisit intentions compared to tourists who have tried other local foods. The purpose of this study is to examine the effect of tourists' perceived value on behavioral intention at one of the legendary restaurants in Bandung City supported by comparing individuals who have tried iconic and local food. The research approach used quantitative methods with data collection techniques of distributed questionnaires and e-forms. The population of this study is the average visitor per month at Braga Permai, which is 7500 people so that sampling uses the slovin formula, namely 100 respondents to represent the population. The data analysis technique used is SEM-PLS (Structural Equation Modeling). The results showed that tourists on the whole experience, namely those who have eaten iconic and local food, have more influence on the intention to visit again and recommend even though it is not significant. Based on the results of this study, the legendary Braga Permai restaurant must be able to increase the authenticity of iconic food and especially local, not only to be an attractive factor for first-time tourists but as an experience that will motivate tourists to return.

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
PRAKATA.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Pariwisata	9
2.2 Wisata Kuliner	11
2.3 Restoran legendaris	12
2.4 <i>Future Behaviour</i>	15
2.4.1 Definisi <i>Future Behaviour</i>	15
2.4.2 Dimensi <i>Future Behaviour</i>	17
2.5 <i>Perceived Value</i>	17
2.5.1 Definisi <i>Perceived Value</i>	17
2.5.2 Dimensi <i>Perceived Value</i>	18
2.6 <i>Type of Culinary Experience</i>	20
2.7 Penelitian Terdahulu.....	21
2.8 Kerangka Pemikiran.....	24
2.9 Hipotesis.....	26

BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.1.1 Operasional Variabel	27
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data	29
3.1.3 Sumber Data.....	30
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Instrumen Penelitian	33
3.3.1 Kuesioner	33
3.3.2 Skala.....	34
3.4 Pengujian Instrumen Penelitian	34
3.4.1 Uji Validitas.....	34
3.4.2 Uji Realibilitas	37
3.5 Metode Analisis Data	38
3.6 Analisis Deskriptif	39
3.7 Analisis Verifikatif	40
3.7.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	40
3.7.1.1 Uji Validitas Konstruk.....	40
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	41
3.7.2 Evaluasi Metode Struktural (<i>Inner Model</i>)	41
3.7.2.1 Uji R-Square (R^2).....	42
3.7.2.2 Uji <i>Effect Size</i> F^2	42
3.7.2.3 <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	43
3.7.2.4 <i>Multivariate Linear Regression</i>	43
3.8 Pengujian Hipotesis.....	44
3.8.1 Pengujian Hipotesis (Uji T-Stastik).....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.2 Karakteristik Responden	49
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	54
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	55
4.3 Analisis Deskriptif.....	56
4.3.1 Deskripsi Variabel <i>Perceived Value</i>	56
4.3.2 Deskripsi Variabel <i>Future Behaviour</i>	61
4.3.3 Deskripsi Variabel <i>Type of Culinary Experience</i>	65
4.4 Analisis Verifikatif Variabel Penelitian	68
4.5 Pembahasan Penelitian.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	98
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 2 Research Questionnaires.....	104
Lampiran 3 Pedoman Wawancara.....	110
Lampiran 4 Uji Validitas dan Relianilitas Instrumen Penelitian	115
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	117
Lampiran 6 Data Identitas Responden	120
Lampiran 7 Tanggapan Responden	125
Lampiran 8 Analisis Statistik Deskriptif.....	130
Lampiran 9 Analisis Statistik Verifikatif.....	142
Lampiran 10 Pengujian Hipotesis	145
Lampiran 11 Surat Izin Penelitian.....	146
Lampiran 12 SK Dosen Pembimbing	147
Lampiran 13 Lembar Bimbingan Skripsi.....	155
Lampiran 14 Riwayat Hidup.....	157

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel	27
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data	30
Tabel 3.3 Skala Semantik.....	34
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	35
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	37
Tabel 3.6 Kategorisasi Skor	39
Tabel 3.7 Kriteria Interpretasi Skor.....	40
Tabel 4.1 Skor Rata - rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-rata Variabel Perceived Value (n=152).....	57
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Variabel Perceived Value (n=152).....	57
Tabel 4.3 Perhitungan Skor Minimum, Maksimum dan Skor Total Keseluruhan	58
Tabel 4.4 Perhitungan Skor Minimum, Maksimum dan Skor Total Keseluruhan	59
Tabel 4.5 Skor Rata - rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-rata Variabel Future Behaviour (n=152)	61
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Future Behaviour (n=152)	62
Tabel 4.7 Perhitungan Skor Minimum, Maksimum dan Skor Total Keseluruhan	62
Tabel 4.8 Perhitungan Skor Minimum, Maksimum dan Skor Total Keseluruhan	63
Tabel 4.9 Skor Rata - rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-rata Variabel Type of Culinary Experience (n=152)	65
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Type of Culinary Experience (n=152) .	66
Tabel 4.11 Perhitungan Skor Minimum, Maksimum dan Skor Total Keseluruhan	66
Tabel 4.12 Perhitungan Skor Minimum, Maksimum dan Skor Total Keseluruhan	67
Tabel 4.13 Nilai Loading Factor (λ).....	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	72
Tabel 4.15 Nilai Cross Loading	73
Tabel 4.16 Fornell-Larcker Criterion	75

Tabel 4.17 Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	76
Tabel 4.18 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	77
Tabel 4.19 Nilai R-Square (R^2)	78
Tabel 4.20 Nilai Collinearity Statistics (VIF)	79
Tabel 4.21 Nilai Koefisien Effect Size F^2	80
Tabel 4.22 Nilai Uji Pengaruh Total.....	82
Tabel 4.23 Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Subsektor Terbesar Terhadap PDB Ekonomi Kreatif.....	1
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Logo Braga Permai.....	45
Gambar 4.2 Menu Ikonik (Bitterballen, Bistik Lidah, Sop Buntut, dan Poffertjes)	47
Gambar 4.3 Menu Lokal Favorit (Ayam Mentega dan Nasi Goreng Spesial).....	48
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Asal	52
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Gambar 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	55
Gambar 4.10 Diagram Jalur Loading Factor.....	71
Gambar 4.11 Diagram Jalur Hasil Uji Hipotesis.....	83

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, I. (2021). Negative-tourist to tourist interactions, value destruction, satisfication, and post consumption behaviour intention. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100557>.
- Arrospide, Nuria, R. (2024). Culinary destination enchantment: The strategic interplay of local gastronomy in regional tourism development. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100931>.
- Afanin, V., & Prasiyono, S. (2021). Gastronomi Makanan Yogyakarta Sebagai Atraksi Wisata Kuliner. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/uncle>.
- Afshardoost, M., & Eshaghi, M. (2020). Destination image and tourist behavioural intentions: A meta-analysis. *Tourism Management*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104154>.
- Antara, I. (2022). Eksistensi dalam Globalisasi: Peran Wisata Kuliner dalam Pengembangan Wisata Berkelanjutan di Sanur. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 11-20. <https://doi.org/10.51713/jotis.v2i1.64>.
- Martin, C., Izquierdo, C., & Garcia, M. (2021). Culinary tourism experiences: The effect of iconic food on tourist intentions. *Tourism Management Perspectives*.
- Carmen Anton Martin, Carmen, C., & Marta, L. (2021). Culinary tourism experiences: The effect of iconic food on tourist intentions . *Tourism Management Perspectives*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100911>.
- Crotts, Jaksa, K. (2009). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. <http://dx.doi.org/10.1177/1096348006286797>.
- Christopher S., & Fransisca, M (2023, September). Pemodelan kepuasan konsumen dan niat berkunjung kembali terhadap Resrtoran Cocorico. *Jurnal Manajemen Maranatha*. <http://dx.doi.org/10.28932/jmm.v23i1.7017>.
- Choe, J., & Kim, S. (2018). Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention. *International Journal of Hospitality Management*, 1-10. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.007>.

- Chang, R., & Mak, A. (2018). Understanding Gastronomic Image from tourists perspective. *Tourism Management*, 89-100. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.004>.
- Creswell, J. (2016). Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Campuran.
- Djamel Toudert, & N. (2021). Interest in food, food quality, satisfaction, and outcomes in a border context: Gender, country of residence and born moderation. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100394>.
- Daries, N., Fransi, E., Garcia, J., & Roig, E. (2024). Customers' behavioral intentions when visiting upscale restaurants: Enjoying the experience or posturing?. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100840>.
- ElHaffar, G. (2020). Towards closing the attitude-intention-behavior gap in green consumption: A narrative review of the literature and an overview of future research directions. *Journal of Cleaner Production*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122556>.
- Eymi Mastura, Chairul, M. (2024). Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah. Eksistensi Wisata Kuliner Kampung Singkong Salatiga : Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Halal Tourism, 5, 52. <http://dx.doi.org/10.24239/tadayun.v5i1.146>.
- Fenny May Sara, C. N. (2017, Juni). Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Café Infinito Culinary Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 6-18. <http://dx.doi.org/10.17509/gastur.v4i1.22181>.
- Firmansyah, D., Pasim, S., & Al, F. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 85-114. <http://dx.doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Goolaup, S., Soler, C., & Nunkoo, R. (2018). Developing a Theory of Surprise from Travelers' Extraordinary Food Experiences. *Journal of Travel Research*. <http://dx.doi.org/10.1177/0047287517691154>.
- Juliana., Aditi, B., Nagoya, R., Wisnamalwati., & Nurcholifah, I. (2022). Tourist visiting interests: The role of social media marketing and perceived value. *International Journal of Data and Network Science*, 469-476. <http://dx.doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.12.007>.

- Jacey, C. (2018, April). Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 1-10. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.007>.
- Jogiyanto, H. (2011). *Konsep dan aplikasi structural equation modeling : berbasis varian dalam penelitian bisnis*.
- Juliandi, A. (2018). Structural equatuion model based partial least square (SEM-PLS): Menggunakan SmartPLS. Universitas Batam.
- Kim, J. (2018). Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention. *International Journal of Hospitality Management*, 1-10. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.007>.
- Kim, J., Song, H., & Youn, H. (2020). The chain of effects from authenticity cues to purchase intention: The role of emotions and restaurant image. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102354>.
- Kivela, J., Chang, R., & Mak, A. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West. *Tourism Management*, 307-316. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.009>.
- Kuncoro, A., & Ermawati, N. (2023). *Meetodologi Kunatitatif & Grounded Theory*.
- Leavy, P. (2022). *Research Design Second Edition Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches*.
- Lina Zhong, Jiating, L. (2024). Peking duck, anyone? An analysis of international tourist food perceptions and influence factors. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100980>.
- Loi, L., So, A., Lo, I., & Fong, L. (2017). Does the quality of tourist shuttles influence revisit intention through destination image and satisfaction? The case of Macao. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 115-123. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.06.002>.
- Ludgardis Fibriyanti Nago, S. N. (2024, Juni). Persepsi Wisatawan terhadap Destinasi Wisata Pantai Tilalohe, Kabupaten Gorontalo. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*.
- Michela, C., & Adriano, P. (2012). Tourism Management. In *Investigating the role of festivalcape in culinary tourism : The case of food and wine event* (Vol. 33, pp. 1329-1336). <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2011.12.016>.

- Manuel Adolfo P´erez-Priego, M. d.-M.-A.-B. (2023). Local gastronomy as a destination tourist attraction: The case of the ‘Chiringuitos’ on the Costa del Sol. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100822>.
- Mastura, E., Chairul, M., & Fahrurrosin, F. (2024). Eksistensi Wisata Kuliner Kampung Singkong Salatiga: Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Halal Tourism. <http://dx.doi.org/10.24239/tadayun.v5i1.146>.
- Mehri Yasami, Pornpisanu, P., & Prathana, K. (2021). Food Image and Loyalty Intentions: Chinese Tourists’ Destination Food Satisfaction. *Journal of China Tourism Research*, 17, 592-162. <http://dx.doi.org/10.1080/19388160.2020.1784814>.
- Muliani, L. (2019). Potensi Bubur Ase Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Jakarta. *Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 50 - 56. <http://dx.doi.org/10.31334/jd.v1i1.553>.
- Mulyana, Y., & Yulianto. (2018). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Kalibawang dan Samingaluh Kulonprogo. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*. <https://ejournal.upi.edu/index.php/jurel/article/view/11151>.
- Mason, M., & Paggiaro, A. (2012). Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events. *Tourism Management*, 1329-1336. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2011.12.016>.
- Narimawati, U. (2010). Metodologi Penelitian : Dasar Penyusunan Penelitian Ekonomi.
- Nalendra, M. (2021). *Mengenal Fase-Fase Pengembangan Destinasi Melalui Tourist Area Life Cycle (TALC)*. <https://wisestepsconsulting.id/>.
- Ni Made Riska Rima Dewi, M. A. (2023). Pengaruh Persepsi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ulang Ke Kawasan Pantai. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*. <http://dx.doi.org/10.22334/paris.v2i8.522>.
- Ningsih, C., Sara, F., & Andari, R. (2021). Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Café Infinito Culinary Bandung. <http://dx.doi.org/10.17509/gastur.v4i1.22181>.
- Nugroho, S. P. (2021). Seminar Nasional Kepariwisata. *Potensi Makanan Tradisional Mie Lethek Sebagai Daya Tarik Wisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. 2, p. 54. Yogyakarta: Senorita. <https://www.researchgate.net/publication/379459867>.
- Nugroho, S. P. (2021). Undergraduate Conference on Language, Literature, and Culture (UNCLLE). Gastronomi Makanan Yogyakarta Sebagai Atraksi

- Kuliner, I, pp. 141-142. Yogyakarta.
<http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/uncle>
- Putra, M. K. (2021). Identitas Gastronomi dan Perspektif Pariwisata yang Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.7885123>.
- Qiu, N., Li, H., Pan, C., Wu, J., & Guo, J. (2024). The study on the relationship between perceived value, satisfaction, and tourist loyalty at industrial heritage sites. *Heliyon*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e37184>.
- Rencher, A. (2002). *Methods of Multivariate Analysis*.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif: penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- Roh, T., Seok, J., & Kim, Y. (2022). Unveiling ways to reach organic purchase: Green perceived value, perceived knowledge, attitude, subjective norm, and trust. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102988>.
- Rusmawan, U. (2019). Teknik penulisan tugas akhir dan skripsi pemrograman.
- Sabda Elisa Priyanto, M. d. (2022). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Riau: Dotplus.
- Sari, F., Khairunissa, K., Anggelena, M., Agustina, D., & Nursa'adah, E. (2022). Penggunaan Effect Size Sebagai Mediasi dalam Koreksi Efek Suatu Penelitian. *Jurnal Pendidikan Matematika (Judika Education)*, 138-151.
<https://doi.org/10.31539/judika.v5i2.4802>.
- Sanny, L., Arina, A., Maulidya, R., & Petiwi, R. (2020). Purchase intention on Indonesia male's skin care by social media marketing effect towards brand image and brand trust. *Management Science Letters*, 2139-2146.
<http://dx.doi.org/10.5267/j.msl.2020.3.023>.
- Seetanah, B., Teeroovengadam, V., & Nunkoo, R. (2020). "Destination satisfaction and revisit intention of tourists: does the quality of airport services matter?". *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 134-148.
<http://dx.doi.org/10.1177/1096348018798446>.
- Siyoto, S., & Sodik, M. (2015). *Dasar Penelitian Penelitian*.
- Sukmadinata., & Syaodih, N. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Stone, M. J. (2017). Elements of Memorable Food, Drink, and Culinary Tourism Experiences. *Sage Journals*. <http://dx.doi.org/10.1177/0047287517729758>.
- Syarifuddin, D. N. (2018). *ejournal.bsi. Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung*, 55-64. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v1i1.2866.g1859>.
- Syarif, H. (2023). Pengaruh Kreativitas Individu , Kepuasan Kerja terhadap Perilaku Kerja Yang Inovatif The Influence of Individual Creativity, Job Satisfaction On Innovative Work Behavior.
- Tulasi, E. E. (2024, June). The role of aesthetics in tourist satisfaction in the Ghanaian Hospitality Industry. *Heliyon*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32944>.
- Turgarini, D., & Ningsih, C. (2020). Preservation and Development of Kampung Nikmat as Tourist Destination for Sunda Gastronomy Cultural Heritage. *Tourism Scientific Journal*, 266-276. <http://dx.doi.org/10.32659/tsj.v5i2.97>.
- Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009. (n.d.).
- Wardiyanta, (2020, Desember). Studi Kasus Kualitatif Keberhasilan Restoran Non Waralaba di Yogyakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1, 1476. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i7.285>.
- Wahyuni, I., & Subandrio. (2024). The Effect Of Perceived Value And Customer Satisfaction On Customer Loyalty (Case Study On Solaria Bencoolen Mall Customers). <https://doi.org/10.37676/jfm.v4i1.5837>.
- Yakup Durmaz, Filiz, C., & Filiz, C. (2022). The mediating role of destination satisfaction between the perception of gastronomy tourism and consumer behavior during COVID-19. *International Journal of Gastronomy and Food Science* . <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100525>.
- Yang, F., Tang, J., Men, J., & Zheng, X. (2021). Consumer perceived value and impulse buying behavior on mobile commerce: The moderating effect of social influence. *Journal of Retailing and Consumer Services*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102683>.
- Yasami, M., & Kannaovakun, P. (2021). Food Image and Loyalty Intentions: Chinese Tourists' Destination Food Satisfaction. <http://dx.doi.org/10.1080/19388160.2020.1784814>.

- Yunita, D. (2023). Pola Perjalanan Wisata Kuliner Kota Medan. *Tourism Economics Hospitality and Business Management Journal*, 24-34. <http://dx.doi.org/10.36983/tehbmj.v3i1.440>.
- Yulianto. (2018). Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure. *Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Kalibawang*, 1-10. <https://ejournal.upi.edu/index.php/jurel/article/view/11151>.
- Zhang, H., Zheng, S., & Zhu, P. (2024). Why are Indonesian consumers buying on live streaming platforms? Research on consumer perceived value theory. *Heliyon*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e33518>.
- Zeithaml, V., Verleye, K., Hatak, I., Koller, M., & Zauner, A. (2020). Three Decades of Customer Value Research: Paradigmatic Roots and Future Research Avenues. *Journal of Service Research*, 409-432. <https://doi.org/10.1177/1094670520948134>.