

**INOVASI NASI BUNGKUS HANJELI SEBAGAI KULINER DI
DESA WISATA HANJELI WALURAN KABUPATEN
SUKABUMI**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata pada Program Studi Manajemen Industri Katering

Oleh
Helvy Siti Zahra Fitriyadi
2100380

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

2025

LEMBARAN PENGESAHAN

HELVY SITI ZAHRA FITRIYADI

**INOVASI NASI BUNGKUS HANJELI SEBAGAI KULINER DI DESA
WISATA HANJELI WALURAN KABUPATEN SUKABUMI**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I



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

NIP. 19710309.201012.2.001

Pembimbing II



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

NIP. 920200419910915000

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



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

NIP. 19710309.201012.2.001

LEMBARAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Helvy Siti Zahra Fitriyadi
NIM : 210080
Jurusan : Manajemen Industri Katering
Fakultas : Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Judul Skripsi : Inovasi Nasi Bungkus Hanjeli Sebagai Kuliner di Desa Wisata Hanjeli Waluran Kabupaten Sukabumi

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

Bandung, Agustus 2025

Helvy Siti Zahra Fitriyadi
NIM. 2100380

LEMBAR HAK CIPTA

INOVASI NASI BUNGKUS HANJELI SEBAGAI KULINER DI DESA WISATA HANJELI WALURAN KABUPATEN SUKABUMI

Oleh

Helvy Siti Zahra Fitriyadi

2100380

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

©Helvy Siti Zahra Fitriyadi

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang – Undang

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

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala berkat dan rahmat serta kasih sayang-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Inovasi Nasi Bungkus Hanjeli Sebagai Kuliner di Desa Wisata Hanjeli Waluran Kabupaten Sukabumi” dengan baik pada waktu yang terbaik.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada program studi Manajemen Industri Katering di Universitas Pendidikan Indonesia. Setelah melewati berbagai rintangan dalam penyusunan skripsi ini, akhirnya penulis dapat menyelesaikannya dengan dukungan dari banyak pihak.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada para pihak yang telah membantu penulis, serta besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak terkait.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Bandung, Agustus 2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji dan syukur senantiasa penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyelesaian skripsi ini dengan baik. Dengan senang hati dan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus dan tak terhingga kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, serta semangat dalam menyusun skripsi ini:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran pada proses penyusunan Skripsi ini. Memberikan kemampuan, rezeki, serta kekuatan yang berlimpah sehingga penulis mampu dan tidak menyerah dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Ibu Heni dan Ayah Deni yang penulis sayangi, selaku orangtua yang selalu memberikan dukungan baik secara finansial, moral, ataupun doa. Terima kasih atas perhatian lebih dan semua usaha yang telah Ibu dan Ayah berikan kepada penulis. Terima kasih telah membantu dan selalu ada saat penulis kesusahan dalam menjalankan semua proses ini. Semoga Ibu dan Ayah selalu sehat sampai penulis mewujudkan semua cita-cita mereka.
3. Ara dan Qaesya selaku saudara kandung serta keluarga terdekat penulis. Terima kasih atas segala bentuk dukungan dan doa yang telah diberikan.
4. Prof. Dr. H. Didi Sukyadi, M.A. Selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Prof. Dr. Cecep Darmawan, SH, S.I.P., S.A.P., S.Pd., M.Si., M.H., CPM, Selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
6. Dr. Woro Priatini, S.Pd, M.Si., selaku ketua Program Studi Manajemen Industri Katering sekaligus Dosen Pembimbing pertama yang selalu sabar dalam membimbing, mengedukasi, serta memberikan banyak pengetahuan dan kemudahan sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini dengan baik.
7. Dias Pratami Putri, S.Pd, M.Si selaku dosen pembimbing kedua yang senantiasa membimbing, mendukung, dan banyak memberikan referensi dan kemudahan bagi penulis hingga mampu menyusun skripsi ini dengan baik.

8. Seluruh Dosen pengajar di Program Studi Manajemen Industri Katering yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan.
9. Panelis semi terlatih dan panelis konsumen yang telah bersedia meluangkan waktunya serta berkontribusi dalam penelitian ini.
10. Teman - teman seperjuangan MIK angkatan 2021 yang telah berjuang bersama dalam waktu 4 tahun ini.
11. Maisya Hasna, Pipin Lafifah, dan Suza Maqrifa selaku teman dekat seperjuangan di perkuliahan yang selalu kebersamai, berbagi cerita, tawa, serta dukungan dan membantu di saat sulit ini. Tanpa kalian, penulis tidak akan mempunyai kisah perkuliahan yang berkesan dan seseru ini. Terima kasih atas pengalaman dan pembelajarannya. Semoga kita bisa menemukan versi terbaiknya masing-masing suatu saat nanti.
12. Dan terakhir, untuk diri saya sendiri. Terima kasih Helvy Siti Zahra Fitriyadi, sudah bertahan sejauh ini. Di tengah berbagai tantangan dan rasa lelah, kamu tetap memilih untuk melangkah dan tidak menyerah. Semua penyesalan, perjalanan, perubahan baik, jadikan pengalaman dan terus menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Terima kasih atas segala usaha yang telah kamu lakukan, semua akhirnya membuahkan hasil. Perjalanan tidak akan selalu mulus dan sesuai harapan kita. Jadi, jangan menyerah dan tetap semangat, terus melangkah, dan yakin bahwa setelah inipun kamu bisa membawa kebermanfaatan dan keberhasilan untuk orang lain dan untukmu dari usahamu sendiri. Hidup harus tetap berjalan, bukan?

INOVASI NASI BUNGKUS HANJELI SEBAGAI KULINER DI DESA WISATA HANJELI WALURAN KABUPATEN SUKABUMI

Helvy Siti Zahra Fitriyadi

2100380

ABSTRAK

Latar belakang: Desa Wisata Hanjeli Waluran Kabupaten Sukabumi merupakan desa wisata yang melestarikan pangan lokal, hanjeli. Hanjeli (*Coix lacryma-jobi L.*) adalah sereal non-gandum yang kaya akan nilai gizi, sering digunakan sebagai alternatif nasi, akan tetapi masih terbatas untuk pengolahannya. Dibungkus dengan daun pisang dan dikemas menggunakan kemasan nasi bungkus kekinian, nasi bungkus hanjeli beserta lauk-pauknya dapat menjadi kuliner sederhana yang memberikan pengalaman menarik bagi wisatawan. **Tujuan:** Penelitian ini untuk mengembangkan inovasi olahan dan kemasan modern guna meningkatkan daya tarik hanjeli. **Metode:** Pendekatan yang digunakan yaitu kuantitatif dengan metode eksperimen terhadap tiga formulasi resep perpaduan hanjeli dan singkong. Uji organoleptik dilakukan oleh 30 panelis semi terlatih dan diolah menggunakan SPSS (Uji ANOVA *One Way* dan statistik deskriptif). **Hasil:** Menunjukkan data terdistribusi normal dan tidak ada perbedaan signifikan antar formulasi, namun FNBH 1 (60% hanjeli: 40% singkong) terpilih sebagai formulasi terbaik. Produk dikemas menggunakan nasi bungkus modern berbahan kertas kraft laminasi yang diberi harga jual Rp 25.000 per porsi dengan berat bersih 325 gram. Strategi pemasaran dilakukan melalui media sosial instagram dan dipromosikan ke dalam salah satu kuliner paket wisata. Uji daya terima oleh 100 panelis konsumen menunjukkan bahwa produk diterima dengan baik dari segi kualitas, kemasan, harga jual, dan strategi pemasaran. **Simpulan:** Substitusi hanjeli sebesar 60% pada nasi bungkus hanjeli memberikan tingkat penerimaan konsumen yang baik. Hasil ini menunjukkan potensi hanjeli sebagai bahan pangan lokal alternatif pengganti nasi sekaligus sebagai inovasi kuliner berbasis kearifan lokal.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Hanjeli, Kuliner, Nasi Bungkus, Singkong

INNOVATION OF ADLAY WRAPPED RICE AS CULINARY IN THE HANJELI TOURIST VILLAGE WALURAN SUKABUMI REGENCY

Helvy Siti Zahra Fitriyadi

2100380

ABSTRACT

Background of the study: The Hanjeli Tourism Village in Waluran Sukabumi Regency is a tourist village that preserves local food, adlay. Adlay (*Coix lacryma-jobi L.*) is non-wheat cereal that is rich in nutritional value and is often used as an alternative to rice, but still limited in its processing. Wrapped in banana leaves and packaged using modern rice packaging, adlay wrapped rice along with its side dishes can become a simple culinary experience that offers an interesting experience for tourists. **Study objectives:** To develop innovative product and modern packaging to enhance the appeal of adlay. **Methods:** A quantitative approach was used with an experimental method on three recipe formulations combining adlay and cassava. The organoleptic test was conducted by 30 semi-trained panelists and analyzed using SPSS (One Way ANOVA test and descriptive statistics). **Results:** The data was normally distributed and there were no significant differences between formulations, but FNBH 1 (60% adlay: 40% cassava) was selected as the best formulation. The product is packaged using modern laminated paper kraft wrappers and is sold at a price of IDR 25,000 per serving with a net weight of 325 grams. The marketing strategy is carried out through Instagram social media and promoted as part of a culinary tour package. A acceptance test by 100 consumer panelists shows that the product is well received in terms of quality, packaging, selling price, and marketing strategy. **Conclusion:** Substituting 60% adlay in adlay wrapped rice provides a good level of consumer acceptance. This result shows the potential of hanjeli as an alternative local food ingredient to replace rice while also serving as a culinary innovation based on local wisdom.

Keywords: Adlay, Cassava, Culinary, Product Innovation, Wrapped Rice

DAFTAR ISI

LEMBARAN PENGESAHAN.....	i
LEMBARAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
LEMBAR HAK CIPTA	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN TEORI.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pariwisata	7
2.1.2 Wisata Kuliner	8
2.1.3 Produk	8
2.1.4 Inovasi Produk	9
2.1.5 Nasi Bungkus	9
2.1.6 Hanjeli.....	10
2.1.7 Formulasi Resep.....	10
2.1.8 Uji Organoleptik.....	11
2.1.9 Kemasan.....	12
2.1.10 Label.....	13
2.1.11 Perhitungan Gizi.....	13
2.1.12 Harga Jual.....	14
2.1.13 Strategi Pemasaran	15
2.1.14 Bentuk Promosi.....	15
2.1.15 Daya Terima Konsumen	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
2.4 Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Metode Penelitian.....	26

3.2.1 Objek dan Subjek Penelitian	26
3.2.2 Populasi, Sampel, dan Teknik <i>Sampling</i>	26
3.2.3 Operasional Variabel.....	29
3.2.4 Instrumen Penelitian.....	31
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.2 Alat Pengumpulan Data	36
3.3.3 Analisis Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	38
4.1.2 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.3 Formulasi Resep.....	40
4.1.4 Kerangka proses Pembuatan Produk Inovasi Hanjeli	47
4.1.5 Identitas Responden Panelis Semi Terlatih.....	48
4.1.6 Hasil Penelitian Uji Organoleptik	51
4.1.7 Identitas Panelis Konsumen	60
4.1.8 Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	65
4.1.9 Hasil Penelitian Uji Daya Terima Konsumen	66
4.1.10 Hasil Uji Daya Terima Konsumen.....	90
4.2 Pembahasan.....	93
4.2.1 Standar Resep Nasi Bungkus Hanjeli	93
4.2.2 Kemasan dan Label Nasi Bungkus Hanjeli.....	93
4.2.3 Harga Jual Nasi Bungkus Hanjeli	94
4.2.4 Strategi Pemasaran dan Bentuk Promosi	95
4.2.5 Daya Terima Konsumen terhadap Nasi Bungkus Hanjeli	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Kriteria Panelis.....	27
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	29
Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian	31
Tabel 3. 4 Formulasi Resep Nasi Bungkus Hanjeli	32
Tabel 3. 5 Besaran Persentase	34
Tabel 4. 1 Formulasi Resep Nasi Bungkul Hanjeli (FNBH 1)	41
Tabel 4. 2 Formulasi Resep Nasi Bungkul Hanjeli (FNBH 2)	42
Tabel 4. 3 Formulasi Resep Nasi Bungkul Hanjeli (FNBH 3)	42
Tabel 4. 4 Peralatan dan Perlengkapan Kitchen Project	43
Tabel 4. 5 Tahapan Proses Produksi Nasi Bungkus Hanjeli.....	46
Tabel 4. 6 Frekuensi Usia Panelis Semi Terlatih	48
Tabel 4. 7 Frekuensi Jenis Kelamin Panelis Semi Terlatih.....	49
Tabel 4. 8 Frekuensi Pendidikan Terakhir Panelis Semi Terlatih.....	49
Tabel 4. 9 Frekuensi Pekerjaan Panelis Semi Terlatih.....	50
Tabel 4. 10 Perbandingan Persentase Ketiga Formulasi Resep	51
Tabel 4. 11 Parameter Skala Ordinal Kuesioner	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji Organoleptik Karakteristik Rasa	53
Tabel 4. 13 <i>Duncan Multiple Range Test</i> Pada Karakteristik Rasa	53
Tabel 4. 14 Hasil Uji Organoleptik Karakteristik Tekstur	54
Tabel 4. 15 <i>Duncan Multiple Range Test</i> Pada Karakteristik Tekstur.....	55
Tabel 4. 16 Hasil Uji Organoleptik Karakteristik Warna	55
Tabel 4. 17 <i>Duncan Multiple Range Test</i> Pada Karakteristik Warna	56
Tabel 4. 18 Hasil Uji Organoleptik Karakteristik Aroma	56
Tabel 4. 19 <i>Duncan Multiple Range Test</i> Pada Karakteristik Aroma.....	57
Tabel 4. 20 Hasil Uji Organoleptik Karakteristik Penampilan	58
Tabel 4. 21 <i>Duncan Multiple Range Test</i> Pada Karakteristik Penampilan	58
Tabel 4. 22 Frekuensi Jenis Kelamin Panelis Konsumen	60
Tabel 4. 23 Frekuensi Usia Panelis Konsumen.....	61
Tabel 4. 24 Frekuensi Pendidikan Terakhir Panelis Konsumen	61
Tabel 4. 25 Frekuensi Pekerjaan Panelis Konsumen	62
Tabel 4. 26 Frekuensi Domisili Panelis Konsumen	63
Tabel 4. 27 Frekuensi Pendapatan Panelis Konsumen.....	64
Tabel 4. 28 Uji Validitas Nasi Bungkus Hanjeli.....	65
Tabel 4. 29 Uji Realibilitas Nasi Bungkus Hanjeli	66
Tabel 4. 30 Uji Daya Terima Nasi Bungkus Hanjeli Berdasarkan Karakteristik Rasa	67
Tabel 4. 31 Uji Daya Terima Nasi Bungkus Hanjeli Berdasarkan Karakteristik Tekstur.....	68
Tabel 4. 32 Uji Daya Terima Nasi Bungkus Hanjeli Berdasarkan Karakteristik Warna	68
Tabel 4. 33 Uji Daya Terima Nasi Bungkus Hanjeli Berdasarkan Karakteristik Aroma.....	69

Tabel 4. 34 Uji Daya Terima Nasi Bungkus Hanjeli Berdasarkan Karakteristik Penampilan.....	70
Tabel 4. 35 Uji Daya Terima Nasi Bungkus Hanjeli Berdasarkan Karakteristik Keamanan Kemasan.....	73
Tabel 4. 36 Uji Daya Terima Nasi Bungkus Hanjeli Berdasarkan Karakteristik Kemudahan Penggunaan.....	73
Tabel 4. 37 Uji Daya Terima Nasi Bungkus Hanjeli Berdasarkan Karakteristik Estetika dan Desain	74
Tabel 4. 38 Informasi yang Terdapat Pada Label Produk Nasi Bungkus Hanjeli	76
Tabel 4. 39 Kandungan Gizi Nasi Bungkus Hanjeli	77
Tabel 4. 40 Uji Daya Terima Nasi Bungkus Hanjeli Berdasarkan Karakteristik Informasi yang Jelas.....	81
Tabel 4. 41 Perhitungan Harga Pokok Produk Nasi Bungkus Hanjeli	82
Tabel 4. 42 Uji Daya Terima Nasi Bungkus Hanjeli Berdasarkan Karakteristik Harga Jual Produk.....	84
Tabel 4. 43 Uji Daya Terima Nasi Bungkus Hanjeli Berdasarkan Karakteristik Kesesuaian Harga Jual	85
Tabel 4. 44 Analisis SWOT	86
Tabel 4. 45 Strategi Pemasaran Produk Nasi Bungkus Hanjeli	86
Tabel 4. 46 STP Produk Nasi Bungkus Hanjeli	87
Tabel 4. 47 Uji Daya Terima Konsumen Pada Promosi	89
Tabel 4. 48 Uji Daya Terima Konsumen untuk Mendorong Minat Pembelian	90
Tabel 4. 49 Skor Kelas Interval	91
Tabel 4. 50 Hasil Keseluruhan Uji Daya Terima Konsumen Nasi Bungkus Hanjeli	91
Tabel 4. 51 Hasil Uji Daya Terima Konsumen Nasi Bungkus Hanjeli	92
Tabel 4. 52 Hasil <i>One Sample T-test</i>	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Target Tahun 2020-2024 dan Realisasi Tahun 2020-2023 Jumlah Tenaga Kerja Pariwisata.....	1
Gambar 1. 2 Nasi Bungkus Hanjeli.....	3
Gambar 1. 3 Salah Satu Kegiatan di Desa Wisata Hanjeli	3
Gambar 1. 4 Beras Hanjeli	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 3. 1 Rumus Kandungan Gizi	33
Gambar 3. 2 Rumus Harga Jual	34
Gambar 3. 3 Rumus Kelas Interval	37
Gambar 4. 1 Logo Desa Wisata Hanjeli.....	38
Gambar 4. 2 Hasil FNBH 1.....	41
Gambar 4. 3 Hasil FNBH 2.....	42
Gambar 4. 4 Hasil FNBH 3.....	43
Gambar 4. 5 Kompor.....	43
Gambar 4. 6 Panci	44
Gambar 4. 7 Timbangan Digital	44
Gambar 4. 8 Pisau	44
Gambar 4. 9 Parutan Keju.....	44
Gambar 4. 10 Talenan	44
Gambar 4. 11 Strainer	45
Gambar 4. 12 Mangkuk.....	45
Gambar 4. 13 Kukusan.....	45
Gambar 4. 14 Spatula Silikon	45
Gambar 4. 15 Kerangka Proses Pembuatan Produk Inovasi Hanjeli	47
Gambar 4. 16 Hasil Keseluruhan Uji Organolaptik	59
Gambar 4. 17 Tampak Depan Kemasan Produk Nasi Bungkus Hanjeli.....	71
Gambar 4. 18 Tampak Samping Kemasan Produk Nasi Bungkus Hanjeli.....	72
Gambar 4. 19 Tampak Isi Kemasan Nasi Bungkus Hanjeli.....	72
Gambar 4. 20 Informasi Nilai Gizi Nasi Bungkus Hanjeli	79
Gambar 4. 21 Label Keseluruhan Produk Nasi Bungkus Hanjeli.....	79
Gambar 4. 22 Bagian Depan Label Nasi Bungkus Hanjeli.....	80
Gambar 4. 23 Bagian Belakang Label Nasi Bungkus Hanjeli	80
Gambar 4. 24 Tampilan Profil Instagram Nasi Bungkus Hanjeli Jelami.....	95
Gambar 4. 25 Tampilan Postingan Instagram Nasi Bungkus Hanjeli Jelami	96
Gambar 4. 26 Komentar Calon Konsumen terhadap Nasi Bungkus Hanjeli melalui Media Sosial Instagram @jelami.id	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Panelis Semi Terlatih	108
Lampiran 2 Kuesioner Panelis Konsumen	113
Lampiran 3 Hasil Uji Anova	115
Lampiran 4 Hasil Uji Duncan	116
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	118
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	118
Lampiran 7 Daftar Hadir Panelis Semi Terlatih	119
Lampiran 8 Daftar Hadir Panelis Konsumen	120
Lampiran 9 Dokumentasi Panelis Semi Terlatih	122
Lampiran 10 Dokumentasi Panelis Konsumen	123
Lampiran 11 Hasil Uji Organoleptik Panelis Semi Terlatih	126
Lampiran 12 Hasil Uji Daya Tarik Konsumen	126
Lampiran 13 Hasil One Sample T-test	128
Lampiran 14 Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing	129
Lampiran 15 Surat Keputusan Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi	132
Lampiran 16 Biodata Penulis	133

DAFTAR PUSTAKA

- Aitken, R., Watkins, L., Williams, J., & Kean, A. (2020). The Positive Role of Labelling on Consumers' Perceived Behavioural Control and Intention to Purchase Organic Food. *Journal of Cleaner Production*, 255, 120334. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120334>
- Annisa, S. N. (2023). Formulasi Cookies dari Tepung Hati Ayam dan Tepung Kedelai Sebagai Makanan Sumber Zat Besi Pencegah Anemia Pada Remaja Putri. *Majalah Ilmiah Nutrisi dan Pangan*, 4(1), 14-27. doi:<https://doi.org/10.24853/mjnf.4.1.14-27>
- Asmoro, A. A., & Indrarini, R. (2021). Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat di Gresik. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(1), 55-64. doi:<https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p55-64>
- Astuti, W., Prameswari, F., & Fauza, A. (2023). *Modul Praktikum S1 Gizi: Dasar Ilmu Gizi Lengkap dan Analisis Pangan*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Aulya, V. R., Shafira, A. O., Fandora, K., & Evanita, S. (2025). Price and Quality Drive Purchase Decision via Purchase Interest on Tangkelek. *Academia Open*, 10(2). doi:10.21070/acopen.10.2025.11684
- Ayustaningwarno, F., Rustanti, N., & Afifah, D. N. (2020). *Teori dan Aplikasi Teknologi Pangan*. Semarang: Fakultas Kedokteran, Universitas Diponegoro.
- Ayustaningwaro, F. (2014). *Teknologi Pangan; Teori Praktis dan Aplikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bärebring, L., Palmqvist, M., Winkvist, A., & Augustin, H. (2020). Gender Differences in Perceived Food Healthiness and Food Avoidance in a Swedish Population-based survey: a Cross Sectional Study. *Nutrition Journal*, 19, 140. doi:<https://doi.org/10.1186/s12937-020-00659-0>
- Bou-Mitri, C., Abdessater, M., Zgheib, H., & Akiki, Z. (2021). Food Packaging Design and Consumer Perception of The Product Quality, Safety, Healthiness and Preference. *Nutrition and Food Science*, 51(1), 71-86. doi:[doi:10.1108/NFS-02-2020-0039](https://doi.org/10.1108/NFS-02-2020-0039)
- Bridha, R. L., Ahman, E., & Priatini, W. (2019). Marketing Research Efforts To Develop Products of Kerupuk Sanjai Bumbu Rendang. *The Journal Gastronomy Tourism*, 6(1), 70-79. doi:<https://doi.org/10.17509/gastur.v6i1.22793>
- Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih, T. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonolopo Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 9(4), 159–175. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jppmr/article/download/28998/24552>
- Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih, T. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonopolo Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Mangement Review*, 9(4), 159-175.

- Cholik, M. A. (2017). The Development of Tourism Industry in Indonesia: Current Problems and Challenges. *European Journal of Research and Reflection in Management Sciences*, 5(2), 49-59. doi:<http://www.idpublications.org/wp-content/uploads/2017/01/Abstract-THE-DEVELOPMENT-OF-TOURISM-INDUSTRY-IN-INDONESIA.pdf>
- Criado, C., Muñoz-González, C., Mora, M., Fernández-Ruiz, F., Chaya, C., & Pozo-Bayón, M. A. (2022). Understanding If Differences in Salivary Flow Rate and Total Protein Content Triggered by Biological Factors (Sex and Age) Affect Aroma Perception and the Hedonic and Emotional Response of Wine Consumers. *Foods*, 11(19), 3104. doi:<https://doi.org/10.3390/foods11193104>
- Dominique, A. C., Diantisari, A., Immanuela, B., & Ardelia, J. (2024). Daya Tarik Makanan Tradisional Kerak Telor Sebagai Wisata Kuliner Indonesia. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(2), 1166-1177. doi:<https://journal.institiercom-edu.org/index.php/multiple/article/view/318>
- Erlyana, Y., & Ressiani. (2020). Perancangan Buku Desain Kemasan “Basic of Packaging”. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia*, 6(2), 160-172. doi:<https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i02.3390>
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan dan Fungsi Kemasan Produk dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Society*, 2(2), 15-22. doi:<https://doi.org/10.30741/eps.v2i2.459>
- Fantozzi, P., & Garattini, S. (2025). Product labels and advertising: are consumers protected or misled? *Italian Journal of Food Science*. doi:DOI: 10.15586/ijfs.v37i1.2843
- Feng, L., Zhao, Y., Zhang, Z., Zhang, S., Zhang, H., Yu, M., & Ma, Y. (2020). The Edible and Medicinal Value of Coix lacryma-jobi and Key Cultivation Techniques for High and Stable Yield. *Natural Resource*, 11, 569-575. doi:<https://doi.org/10.4236/nr.2020.1112034>
- Fiorentini, M., Kinchla, A. J., & Nolden, A. A. (2020). Role of Sensory Evaluation in Consumer Acceptance of Plant-Based Meat Analogs and Meat Extenders: A Scoping Review. *Foods*, 9(9), 1334. doi:doi.org/10.3390/foods9091334
- Firman, S. N., Turgarini, D., & Putra, M. K. (2018). Pelestarian Kudapan Kalua Kulit Jeruk Sebagai Warisan. *The Journal Gastronomy Tourism*, 5(2), 87-103. doi:<https://doi.org/10.17509/gastur.v5i2.22225>
- Franklin, M., Graybeal, P., & Cooper, D. (2019). *Principles of Accounting*. Texas: OpenStax.
- French, S. A., Tangney, C. C., Crane, M. M., Wang, Y., & Appelhans, B. M. (2019). Nutrition Quality of Food Purchases Varies by Household Income: The SHoPPER. *BMC Public Health*, 19, 231. doi:doi.org/10.1186/s12889-019-6546-2
- Gautama, B. P., Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 355-369. doi:<https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414>

- Guo, Z., Ning, Y., & Mustafa, M. (2024). Impact of Five Types of Front-of-Package Nutrition Labels on Consumer Behavior among Young Adults: A Systematic Review. *Nutrients*, 16(17), 2819. doi:<https://doi.org/10.3390/nu16172819>
- Gusnadi, D., Raufiq, R., & Baharta, E. (2021). Uji Organoleptik dan Daya Terima Pada Produk Mousse Berbasis Tapai Singkong sebagai Komoditi UMKM di Kabupaten Bandung. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(2), 2883-2887.
- Haider, A., Iqbal, I. A., Alim, M. B., Waseem, M., Iqbal, M., & Khaneghah, A. M. (2024). Food authentication, current issues, analytical techniques, and future challenges: A comprehensive review. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 23(3). doi:<https://doi.org/10.1111/1541-4337.13360>
- Hall, C., & Sharples, L. (2003). The Consumption of Experiences or the Consumptions? An Introduction to the Tourism of Taste. *Food Tourism Around The World*, 1, 1-24. doi:<https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-5503-3.50004-X>
- Hapsari, R., & Nugroho D. (2022). Peran Nasi Bungkus dalam Ekonomi Sosial Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Sosial dan Budaya*, 5(2), 112-123.
- Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di D.I Yogyakarta.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. Kabupaten Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Jamil, K., Dunnan, L., Gul, F. R., Shehzad, M. U., Gillani, S. H., & Awan, F. H. (2022). Role of Social Media Marketing Activities in Influencing Customer Intentions: A Perspective of a New Emerging Era. *Frontiers in Psychology*. doi:10.3389/fpsyg.2021.808525
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2023*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Kiskenda, D. P., & Trimandala, N. A. (2023). Pengembangan Desa Wisata Ekologis Sebagai Pariwisata Minat Khusus di Desa Belok Sidan. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(1), 108-118. doi:<https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.59608>
- Kotler P, & Armstrong, G. (2016). *Principle of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kristijarti, A. P., Sugih, A. K., & Rahma. (2012). Pemanfaatan Biji Hanjeli Menjadi Produk Pangan Fermentasi Menggunakan R.Oryzae dan R.Oligosporus. *Engineering Science*, 2. doi:<https://doi.org/10.26593/rres.V2i0.177.%25p>
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Kusumayanti, H., Sumardiono, S., & Jos Bukti. (2022). The combined effect of three raw materials composition on the production of analog rice: Characteristics properties. *Materials Today: Proceedings*, 63(1), 418-423.

- Kutz, K. O., Espinal, K., Flynn, E., & Cheney, J. (2024). Social Media Influencers' Impact on Consumer Purchasing Decisions. *Proceedings of the New York State Communication Association*.
- Lähteenmäki, L. (2013). Claiming Health in Food Product. *Food Quality and Preference*, 27(2), 196–201. doi:<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2012.03.006>
- Lamb, W. C. (2018). *Marketing, 11e*. Canada: Nelson Education.
- Lignou, S., & Oloyede, O. O. (2021). Consumer Acceptability and Sensory Profile of Sustainable Paper-Based Packaging. *Foods*, 10(5), 990. doi:<https://doi.org/10.3390/foods10050990>
- Liu, C., Samsudin, M. R., & Zou, Y. (2025). The Impact of Visual Elements of Packaging Design on Purchase Intention: Brand Experience as a Mediator in the Tea Bag Product Category. *Behavioral Sciences*, 15(2), 181. doi:doi.org/10.3390/bs15020181
- Liu, L., Jiang, Y., Wan, K., Wei, Y., Tuo, D., Zhou, C., . . . Tan, Y. (2025). Critical Review on Food Packaging Strategy Against Spoilage. *Food and Humanity*, 4. doi:<https://doi.org/10.1016/j.foohum.2024.100481>
- Lukie, T., Nurwitri, C. C., Titi, R., Sri, R., & Rosy, H. (2022). Karakteristik Fisik Dan Kimia Tepung Hanjeli (Coix Lacryma-Jobi L.) Yang Dimodifikasi Dengan Na₂S₂O₅ dan Aplikasinya Dalam Pembuatan Cupcake. *Jurnal Sains Terapan*, 12(1), 21-31. doi:<https://doi.org/10.29244/jstsv.12.1.21-31>
- Lumanauw, N. (2024). Analisis Komponen Pariwisata 4A di Desa Jatiluwih Bali. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 9(2), 94-104. doi:<https://doi.org/10.56743/jstp.v9i2.368>
- Lumanauw, N. (2024). Analisis Komponen Pariwisata 4A di Desa Jatiluwih Bali. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 94-104.
- Martin, C. A., Izquierdo, C. C., & Garcia, M. L. (2021). Culinary Tourism Experiences: The Effect of Iconic Food on Tourist Satisfaction. *Tourism Management Perspective*, 40, 100911. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100911>
- Merckaert, G. (2025). *How to Calculate Food Cost Percentage (Formula & Tips)*. Retrieved from apicbase: https://get.apicbase.com/how-to-calculate-food-cost/?utm_source=chatgpt.com
- Mihafu, F. D., Issa, J. Y., & Kamiyango, M. W. (2020). Implication of Sensory Evaluation and Quality Assessment in Food Product Development: A Review. *Current Research in Nutrition and Food Science*, 8(3), 690-702. doi:<https://dx.doi.org/10.12944/CRNFSJ.8.3.03>
- Moreira, M. J., García-Díez, J., Almeida, & Saraiva, C. (2021). Consumer Knowledge about Food Labeling and Fraud. *Foods*, 10(5), 1095. doi:<https://doi.org/10.3390/foods10051095>
- Mouchtaropoulou, E., Mallidis, I., Giannaki, M., Koukaras, K., Früh, S., Ettinger, T., . . . Argiriou, A. (2024). Consumer Willingness to Pay For Fair and Sustainable Food: Who Profits in The Agri-food Chain? *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 8. doi:<https://doi.org/10.3389/fsufs.2024.1504985>

- Nithya, N. K., & Kumar, S. (2024). Exploring the Role of Destination Management Organizations (DMOs) in Leveraging Social Media as a Destination Marketing Tool: Insights from Himachal Pradesh. *International journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 8(5). doi:<https://doi.org/10.55041/ijsrem33747>
- Norsalim, P. M., Nordin, M. N., Suhaimi, M. Z., & Kamaruddin, M. S. (2022). The Relationship of Nutrition Knowledge and Information on Consumers' Purchase Decision toward Fast Food Meal. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(11), 1070–080. doi:DOI:10.6007/IJARBS/v12-i11/15642
- Nugroho, A., & Sugandini, D. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Kepuasan dan Niat Kunjungan Ulang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 51-63.
- Nurlaili, E. P., Zumrotul, R., & Rosyada, Z. F. (2025). Pengembangan Produk Pangan Melalui Bahan Alternatif dan Pengayaan Kandungan Gizi. *Jurnal Teknik Industri Universitas Diponegoro*, 20(1), 21-32. doi:<https://doi.org/10.14710/jati.20.1.21-32>
- Okumus, B. (2020). Food Tourism Research: A Perspective. *Tourism Review*, 76(1). doi:10.1108/TR-11-2019-0450
- Pinem, R. J., Listyorini, S., & Purbawati, D. (2021). *Tourism Management*. Semarang: EF Press Digimedia.
- Putra, I. M., & Darma, I. K. (2021). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Berkelanjutan di Era New Normal. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 15(2), 88-97.
- Putri, N. Z., Fauziyah, R. R., Hapsari, A. I., & Fitria, M. (2024). Pengembangan Snack Bar Berbasis Tepung Hanjeli, Kacang Almond, Freeze-Dried Tape Ketan Hitam Untuk Diabetes Gastasional. *Jurnal Gizi dan Dietetik*, 3(2), 73-81. doi:<https://doi.org/10.34011/jgd.v3i2.2705>
- Putri, Y. S., Nurmala, T., & Irwan, A. W. (2021). Pengaruh Frekuensi Penyiraman Terhadap Pertumbuhan, Hasil, dan Fenologi Tanaman Hanjeli Ratun (Coix Lacryma-Jobi L. Var. Stenocarpa). *Jurnal Kultivasi*, 20(1), 15-21. doi:<https://doi.org/10.24198/kultivasi.v20i1.26946>
- Rahayu, S., & Prasetyo, A. (2021). Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 45-53.
- Ramli, M., Basri, H., Junaidi, M. A., Rahadi, I., Pauzi, H., & Hamzanwadi, U. (2022). Rural Tourism: Activities and Challenges. *Jurnal Ilmiah Akutansi dan Keuangan*, 4(7), 2774-2781. doi:<https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Ranasinghe, J. R., Gangananda, A. N., Bandara, W. A., & Perera, P. (2021). Role of Tourism in the Global Economy: The Past, Present and Future. *Journal of Management and Tourism Research*, 4(1), 6-21. doi:http://www.uwu.ac.lk/wp-content/uploads/2021/JMTR_V4I1_Editorial.PDF
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPS)*. Yogyakarta: Penerbit CV. ANDI OFFSET.

- Rijal, S., Fitry, D., & Zaenal, F. A. (2020). Budaya Gastronomi dalam Pengembangan Desa Wisata di Sulawesi Selatan. *Journal of Indonesian History*, 9(1). doi:<https://doi.org/10.15294/jih.v9i1.40040>
- Rivero, R., Archaina, D., Sosa, N., & Schebor, C. (2023). Sensory Characterization, Acceptance, and Stability Studies on Low Calories Fruit Jelly Candies. *Journal of Food Science and Technology*, 60(8), 2204–2212. doi:[doi:10.1007/s13197-023-05747-7](https://doi.org/10.1007/s13197-023-05747-7)
- Rosalina, P. D., Dupre, K., & Wang, Y. (2021). Rural Tourism: A Systematic Literature Review on Definitions and Challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 134-149. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.03.001>
- Ruiz-Capillas, C., & Herrero, A. M. (2021). Sensory Analysis and Consumer Research in New Product Development. *Foods*, 10(3), 582. doi:[10.3390/foods10030582](https://doi.org/10.3390/foods10030582)
- Sari, I. P., Telisa, I., & Terati. (2023). Modifikasi Formula Khusus untuk Pasien dengan Diet TKTP Berbahan Dasar Tepung Tempe, Tepung Jagung, dan Tepung Ikan Lele. *Jurnal Gizi dan Kesehatan*, 15(2), 219-230. doi:<https://doi.org/10.35473/jgk.v15i2.450>
- Setiawati, N. O., & Auliana, R. (2020). Pemanfaatan Biji Jali pada Pembuatan Omurice Berbasis Bahan Pangan Lokal. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 14(1).
- Shinta, N. L., & Muliadiasa, I. K. (2023). Pembuatan Cookies dengan Penmbahan Tepung Hanjeli dan Tepung Daun Kelor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(12), 2588-2591. doi:<https://doi.org/10.22334/paris.v2i12.643>
- Singh, D., & Alam, Q. (2024). Is Tourism Expansion The Key To Economic Growth in India? An Aggregate-level Time Series Analysis. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 4(2), 100126. doi:<https://doi.org/10.1016/j.annale.2024.100126>
- Sofyan, A. M., & Noor, A. A. (2016). Perancangan Konten Aplikasi Travel Guide Berbasis Android Menggunakan Identifikasi Komponen Pariwisata 6 IEnam) A. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 7(1), 161-166.
- Steiner, K., & Florack, A. (2023). The Influence of Packaging Color on Consumer Perceptions of Healthfulness: A Systematic Review and Theoretical Framework. *Foods*, 12(21), 3911. doi:<https://doi.org/10.3390/foods12213911>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sulistiani, R. P. (2024). *Ilmu Bahan Pangan*. Kabupaten Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Sumandi, C. D., & Fatimah, L. (2022). Analisis Materi Berbasis Potensi Pariwisata Lokal Jepara Pada Kompetensi Dasar Mata Pelajaran IPA Kelas IV Sekolah Dasar. doi:<https://doi.org/10.31219/osf.io/2m9jw>
- Suryani, E., & Yulius, M. N. (2017). Faktor-Faktor Desain Kemasan Makanan Ringan Tradisional. *Jurnal Teknik Indsutri Universitas Bung Hatta*, 6(2), 47-55.

- Suryaningrum, D. A., Utam, E. Y., Lusianawati, H., & Thalib, N. (2023). Analysis of Generation Z Consumer Behavior in the Food and Beverage Industry in Indonesia: The Influence of Product Personalization, Social Media Engagement, and Brand Experience. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(7), 172-180. doi:10.58812/wsjee.v1i07.461
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tojiri, Y., Putra, H. D., & Faliza, N. (2023). *Dasar Metodologi Penelitian: Teori, Desain, dan Analisis Data*. Padang: Penerbit Takaza Innovatix Labs.
- Troll, E. S., Frankenbach, J., Friese, M., & Loschelder, D. D. (2023). A meta-analysis on the effects of just-below versus round prices. *Journal of Consumer Psychology*, 34(2), 299-325. doi:https://doi.org/10.1002/jcpsy.1353
- Ugba, E. R., Mörlein, D., & Gertheiss, J. (2021). Smoothing in Ordinal Regression: An Application to. *Stats*, 4(3), 616–633. doi:https://doi.org/10.3390/stats4030037
- Visser-Amundson, A. d., Peloza, J., Kleijnen, M., & Aydinli, A. (2023). Hiding in Plain Sight: How Imperfect Ingredient Transformation Impact Consumer Preference for Rescue-Based Food. *Food Quality and Preference*, 105, 104771. doi:https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104771
- Weng, W. F., Peng, Y., Pan, X., Yan, J., Li, D. X., Zhi, Y. L., . . . Zhou, M. L. (2022). Adlay, an Ancient Functional Plant With Nutritional Quality, Improves Human Health. *Frontiers in Nutrition*. doi:10.3389/fnut.2022.1019375
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67-76. doi:https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670
- Wijaya, S., King, B., Nguyen, T.-H., & Morrison, A. (2013). International visitor dining experiences: A conceptual framework. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 20, 34-42. doi:https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2013.07.001
- Winarno, F. G. (2021). *Kuliner Tradisional Indonesia: Nilai, Inovasi, dan Eksistensinya di Era Modern*. Jakarta: Gizi dan Pangan Nusantara Press.
- Wirawan, P. E., & Semara, I. (2021). *Modul Pengantar Pariwisata*. Denpasar: Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional.
- Xia, T., Fan, X., Zhang, J., & Liu, T. (2023). Influence of Complexity in Low-Fat Food Packaging on Chinese Consumers' Purchase Intentions. *Sustainability*, 15(4), 3697. doi:doi.org/10.3390/su15043697
- Zafar, M. Z., Shi, X., Yang, H., Abbas, J., & Chen, J. (2022). The Impact of Interpretive Packaged Food Labels on Consumer Purchase Intention: The Comparative Analysis of Efficacy and Inefficiency of Food Labels. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19, 15098. doi:doi: 10.3390/ijerph192215098

Zhu, F. (2017). Coix: Chemical composition and health effects. *Trends in Food Science and Technology*, 61, 160-175.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.tifs.2016.12.003>