

**MODIFIKASI *TARTLET* MENGGUNAKAN BAREH
RANDANG DAN GALAMAI SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS
SUMATERA BARAT**



SKRIPSI

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

Oleh
Suza Maqrifa
2104158

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

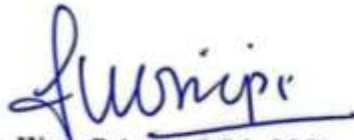
LEMBAR PENGESAHAN

SUZA MAQRIFA

MODIFIKASI *TARTLET* MENGGUNAKAN BAREH RANDANG DAN
GALAMAI SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS SUMATERA BARAT

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I



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

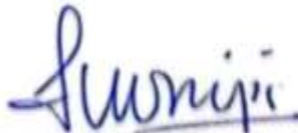
Pembimbing II



Risya Ladiya, S.Par.MM.Par.
NIP. 92020081.992092.9.201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



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

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Suza Maqrifa

NIM : 2104158

Jurusan : Manajemen Industri Katering

Fakultas : Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Judul Skripsi : Modifikasi Tartlet Menggunakan Barih Randang dan Galamai
Sebagai Oleh-Oleh Khas Sumatera Barat

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 telah berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Bandung, Agustus 2025

Suza Maqrifa
NIM. 2104158

LEMBAR HAK CIPTA

MODIFIKASI *TARTLET* MENGGUNAKAN BAREH RANDANG DAN GALAMAI SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS SUMATERA BARAT

Oleh
Suza Maqrifa
2104158

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

©Suza Maqrifa
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 wabarakatu

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala berkat dan rahmat serta kasih sayang-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Modifikasi Tartlet Menggunakan Barih Randang dan Galamai Sebagai Oleh-Oleh Khas Sumatera Barat” 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 wabarakatu

Bandung, Agustus 2025

Penulis

UCAPAN TERIMAKASIH

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 Ilda Peliana dan Bapak Yunardi selaku orangtua yang selalu memberikan dukungan baik secara finansial, moral, ataupun do'a. Semoga Bunda dan Bapak selalu sehat sampai penulis mewujudkan semua cita-cita mereka.
3. Saudara kandung dan keluarga terdekat penulis. Terimakasih atas segala bentuk dukungan dan do'a 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. Risya Ladiva, S.Par, MM.Par., selaku Dosen pembimbing kedua yang senantiasa membimbing, mendukung, dan banyak memberikan referensi

serta pengetahuan selama pengerjaan sehingga penulis mampu menyelesaikan 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, Miftahul Khaira, Helvy Siti Zahra, Nadya Fahira dan Cindhy Delvira selaku semua sahabat terdekat yang selalu penulis hubungi disaat-saat sulit.

12. Rahmatul Istiqomah, Iqbal Akhilar, dan Miftahini Widri selaku teman seperantauan yang selalu kebersamai, saling membantu, dan berbagi kenangan indah sepanjang perkuliahan.

13. Tanti Elzi selaku owner KUKI, yang memberikan kepercayaan, kesempatan serta banyak inspirasi selama proses magang dan mengerjakan proposal skripsi.

14. Dan terakhir, untuk diri saya sendiri, Suza Maqrifa, yang telah berjuang dan bertahan sejauh ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan dampak positif untuk pembaca, karena dalam penelitian ini terdapat ilmu dan pembelajaran berharga yang didapatkan penulis selama penelitian berlangsung.

Bandung, Agustus 2025

Penulis

MODIFIKASI *TARTLET* MENGGUNAKAN BAREH RANDANG DAN GALAMAI SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS SUMATERA BARAT

SUZA MAQRIFA

2104158

ABSTRAK

Latar belakang penelitian: Modifikasi oleh-oleh tradisional seperti Bareh Randang dan Galamai dapat meningkatkan relevansi produk di kalangan generasi muda. Bareh Randang dan Galamai adalah cemilan manis khas Sumatera Barat yang sering dijadikan oleh-oleh. Bareh Randang dan Galamai sering dimakan secara bersamaan, namun dikemas secara terpisah dan masih tradisional sehingga kurang menarik dan jarang diketahui oleh wisatawan luar. Tujuan penelitian: Mengembangkan produk dalam bentuk Tartlet dan menggunakan kemasan modern untuk meningkatkan daya tarik Bareh Randang dan Galamai. **Metode:** Pendekatan kuantitatif dengan metode eksperimental pada tiga formulasi Kulit Tartlet yang dibuat dari Bareh Randang dengan isian Galamai. **Hasil:** Data terdistribusi normal dan terdapat perbedaan signifikan antar formulasi, tetapi TBG2 (70% bareh Randang) dipilih sebagai formulasi terbaik. Produk dikemas menggunakan mika food tray dan dijual dengan harga 20.000 per mika dengan berat bersih 250 gram. Strategi pemasaran dilakukan melalui media sosial instagram. Uji daya terima oleh 100 panelis konsumen menunjukkan bahwa produk diterima dengan baik dalam segi kualitas produk, kemasan, harga jual, dan strategi pemasaran. **Kesimpulan:** Tartlet dengan 70% bareh randang dan isian galamai memberikan tingkat penerimaan konsumen yang baik. Hasil ini menunjukkan potensi Tartlet Bareh Randang dan Galamai sebagai inovasi oleh-oleh tradisional.

Kata kunci: Bareh Randang, Galamai, Modifikasi Produk, Oleh-Oleh, Tartlet

MODIFICATION OF TARTLETS USING BAREH RANDANG AND GALAMAI AS A SIGNATURE SOUVENIR FROM WEST SUMATRA

SUZA MAQRIFA

2104158

ABSTRACT

Background of the Study: The modification of traditional souvenirs such as Bareh Randang and Galamai can increase the relevance of these products among younger generations. Bareh Randang and Galamai are traditional sweet snacks from West Sumatra, commonly brought home as souvenirs. Although they are often consumed together, they are typically packaged separately in traditional wrapping, which makes them less attractive and not widely recognized by tourists from outside the region. **Research Objective:** To develop a new product in the form of a tartlet and apply modern packaging to enhance the appeal of Bareh Randang and Galamai. **Method:** A quantitative approach was used through an experimental method involving three formulations of tartlet crust made from Bareh Randang, filled with Galamai. **Results:** The data were normally distributed and showed significant differences between the formulations. However, TBG2 (70% Bareh Randang) was selected as the best formulation. The product was packaged using a plastic food tray and sold at a price of IDR 20,000 per tray with a net weight of 250 grams. The marketing strategy was implemented through Instagram social media. An acceptance test by 100 consumer panelists indicated that the product was well-received in terms of product quality, packaging, selling price, and marketing strategy. **Conclusion:** Tartlets made with 70% Bareh Randang and filled with Galamai received a high level of consumer acceptance. These results demonstrate the potential of Bareh Randang and Galamai tartlets as an innovative take on traditional souvenirs.

Keywords: Bareh Randang, Galamai, Souvenir, Product Modification, Tartlet

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Pariwisata	8
2.2 Wisata Kuliner.....	9
2.3 Oleh-Oleh	9
2.4 Modifikasi Resep.....	10
2.5 Barih Randang	11
2.6 Galamai	12
2.7 Tartlet	12
2.8 Standar Resep	13
2.10 Kemasan.....	14
2.11 Label Makanan.....	15
2.12 Harga Jual.....	16
2.13 Daya Terima Konsumen	16
2.14 Strategi Pemasaran	17
2.15 Uji Organoleptik	18

2.16 Uji Hedonik.....	19
2.17 Pemasaran Digital	20
2.18 Penelitian Terdahulu.....	20
2.19 Kerangka Pemikiran	23
2.20 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.....	26
3.2.3 Sampel.....	27
3.2.4 Teknik Pengambilan Sampel	27
3.2.5 Operasionalisasi Variabel	29
3.2.6 Jenis dan Sumber data.....	32
3.2.7 Instrumen Penelitian	32
3.3 Teknik dan Alat Pengumpulan Data	35
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.2 Alat Pengumpulan Data	36
3.4 Analisis Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.2 Karakteristik Panelis Semi-terlatih	49
4.1.3 Hasil Penelitian Uji Organoleptik (Hedonik)	51
4.1.4 Karakteristik Panelis Konsumen	57
4.1.5 Hasil Uji Daya Terima Konsumen.....	61
4.1.6 Hasil Uji Daya Terima Konsumen.....	79
4.1.7 Umur Simpan Tartlet Boleh Randang dan Galamai	81
4.2 Pembahasan.....	82

4.2.1 Standar Resep Tartlet Bareh Randang dan Galamai	82
4.2.3 Kemasan dan Label Tartlet Bareh Randang dan Galamai	83
4.2.4 Harga Jual Tartlet Bareh Randang dan Galamai.....	84
4.2.5 Daya terima konsumen terhadap Tartlet Bareh Randang dan Galamai	84
4.2.6 Strategi Pemasaran Tartlet Bareh Randang dan Galamai	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria Panelis	28
Tabel 3.2 Tabel Operasionalisasi Variabel	29
Tabel 3.3 Formulasi Resep Tartlet Bareh Randang dan Galamai.....	33
Tabel 3.4 Proporsi Harga Jual.....	34
Tabel 4.1 Resep Bareh Randang.....	40
Tabel 4.2 Resep Galamai	41
Tabel 4.3 TBG 1 (Tartlet Bareh Randang Galamai).....	42
Tabel 4.4 TBG 2 (Tartlet Bareh Randang Galamai).....	41
Tabel 4.5 TBG 3 (Tartlet Bareh Randang Galamai).....	42
Tabel 4.6 Peralatan untuk membuat Tartlet Barago	45
Tabel 4.7 Proses Produksi Tartlet Bareh Randang dan Galamai	47
Tabel 4.8 Karakteristik Panelis Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.9 Karakteristik Panelis Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.10 Karakteristik Panelis Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Tabel 4.11 Karakteristik Panelis Berdasarkan Pendapatan.....	51
Tabel 4.12 Kode Formulasi Resep.....	52
Tabel 4.13 Kategori Penilaian.....	52
Tabel 4.14 Uji <i>Duncan Multiple Range Test</i> Pada Karakteristik Rasa.....	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Organoleptik Karakteristik Aroma	54
Tabel 4.16 Uji <i>Duncan Multiple Range Test</i> Pada Karakteristik Rasa.....	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Organoleptik Karakteristik Warna	54
Tabel 4.18 Hasil Uji Organoleptik Karakteristik Tekstur.....	55
Tabel 4.19 Uji <i>Duncan Multiple Range Test</i> Pada Karakteristik Tekstur	55
Tabel 4.20 Hasil Uji Organoleptik Karakteristik Penampilan	56
Tabel 4.21 Usia Panelis Konsumen	58
Tabel 4.22 Karakteristik Panelis Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.23 Pendidikan terakhir Panelis Konsumen	59
Tabel 4.24 Pendapatan Perbulan Panelis Konsumen	59

Tabel 4.25 Domisili Panelis Konsumen.....	60
Tabel 4.26 Hasil Uji Daya Terima Konsumen Karakteristik Warna	61
Tabel 4.27 Hasil Uji Daya Terima Konsumen Karakteristik Aroma.....	62
Tabel 4.28 Hasil Uji Daya Terima Konsumen Karakteristik Rasa	63
Tabel 4.29 Hasil Uji Daya Terima Konsumen Karakteristik Tekstur.....	63
Tabel 4.30 Hasil Uji Daya Terima Konsumen Karakteristik Penampilan.....	64
Tabel 4.31 Hasil Uji Daya Terima Konsumen Karakteristik Keamanan.....	65
Tabel 4.32 Hasil Uji Daya Terima Konsumen Karakteristik Ergonomi.....	66
Tabel 4.33 Hasil Uji Daya Terima Konsumen Karakteristik Estetika.....	67
Tabel 4.34 Informasi yang terdapat pada label produk Tartlet Bareh Randang dan Galamai	68
Tabel 4.35 Perhitungan Kandungan Gizi Tartlet Bareh Randang dan Galamai	70
Tabel 4.36 Hasil Uji Daya Terima Konsumen Terhadap Kelengkapan Informasi	71
Tabel 4.37 Hasil Uji Daya Terima Konsumen Terhadap Kejelasan label	71
Tabel 4.38 Hasil Uji Daya Terima Konsumen Kesesuaian Harga Jual	74
Tabel 4.39 STP Produk Tartlet Bareh Randang dan Galamai	75
Tabel 4.40 Strategi 4P Produk Tartlet Bareh Randang dan Galamai	76
Tabel 4.41 Hasil Uji Daya Terima Konsumen Promosi	78
Tabel 4.42 Hasil Uji Daya Terima Konsumen Promosi	78
Tabel 4.43 Hasil Keseluruhan Uji Daya Terima Konsumen	79
Tabel 4.44 Kategori Penilaian Uji Daya Terima Konsumen	80
Tabel 4.45 Uji Masa Simpan.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara ke Sumatera Barat.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 3.1 Perhitungan Nilai Gizi.....	33
Gambar 4.1 Hasil Produksi Barih Randang.....	40
Gambar 4.2 Hasil Produksi Galamai	41
Gambar 4.3 TBG 1	42
Gambar 4.4 TBG 2	41
Gambar 4.5 TBG 3	42
Gambar 4.6 Bowl	45
Gambar 4.7 Sendok	45
Gambar 4.8 Spatula	45
Gambar 4.9 Strainer	45
Gambar 4.10 Grinder.....	46
Gambar 4.11 Tartlet Mold.....	46
Gambar 4.12 Sauce Pan.....	46
Gambar 4.13 Wajan dan Kompor.....	46
Gambar 4.14 Chopper	46
Gambar 4.15 Oven	47
Gambar 4.16 Bowl Kecil.....	47
Gambar 4.17 Proses Tahap 1.....	47
Gambar 4.18 Proses Tahap 2.....	47
Gambar 4.19 Proses Tahap 3.....	47
Gambar 4.20 Proses Tahap 4.....	48
Gambar 4.21 Proses Tahap 5.....	48
Gambar 4.22 Proses Tahap 6.....	48
Gambar 4.23 Proses Tahap 7	48

Gambar 4.24 Proses Tahap 8.....	48
Gambar 4.25 Grafik Hasil Keseluruhan Uji Organoleptik.....	57
Gambar 4.26 Tampak Kemasan Produk Tartlet Bareh Randang dan Galamai	65
Gambar 4.27 Informasi Kandungan Gizi dan Label	70
Gambar 4.28 Nama Akun Instagram.....	86
Gambar 4.29 Halaman Postingan Instagram	86
Gambar 4.30 Komentar Antusias Konsumen.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Panelis Semi Terlatih	96
Lampiran 2 Kuesioner Panelis Konsumen.....	101
Lampiran 3 Hasil Uji Anova.....	1041
Lampiran 4 Daftar Hadir Panelis Semi Terlatih	106
Lampiran 5 Daftar Hadir Panelis Konsumen.....	1074
Lampiran 6 Dokumentasi Panelis Semi Terlatih	1107
Lampiran 7 Dokumentasi Panelis Konsumen.....	1129
Lampiran 8 Hasil Uji Orgnaloleptik Panelis Semi Terlatih.....	1141
Lampiran 9 Hasil Uji Daya Terima Konsumen	1152
Lampiran 10 Hasil One Way T-test.....	114
Lampiran 11 Lembar Bimbingan.....	115
Lampiran 12 Surat Keputusan Dosen Pembimbing.....	119
Lampiran 13 Biodata Penulis.....	122

DAFTAR PUSTAKA

- Achiel, N. S., & Taufik, M. (2022). *Buku wisata kuliner*. Penerbit Insan Cendikia Mandiri.
- Adelia, D. Z., & Banyuni, D. (2024). *Kombinasi rasa lemon curd dan cassava tart dalam kreasi kue pada Cafe U.Berkopi*. *Gemawisata Jurnal Ilmiah Pariwisata*.
- Altintzoglou, T.(2023). *Identifying consumer openness to new ingredients: A conjoint study on underutilized marine species*. *Frontiers in Aquaculture*.
- Almatsier, S. (2020). *Prinsip dasar ilmu gizi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Anugerah, E. G., Wahyuni, N. I., & Mas' ud, I. (2017). *Penerapan Target Costing dalam Pengelolaan Biaya Produksi untuk Optimalisasi Laba*. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 19-23.
- Ares, G., & Deliza, R. (2021). *The role of culture in consumer food choices and perceptions*. *Current Opinion in Food Science*.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ashari, P. (2022). *The effect of applying practical work using the kitchen preparation technique to improve students' concept mastery on the topic of hereditary substances*. *Asian Journal of Science Education*, 3(1), 1–10.
- Aschemann-Witzel, J., Grunert, K. G., & van Trijp, H. C. M. (2022). *Understanding consumer responses to health claims on food labels*. *Trends in Food Science & Technology*.
- Asioli, D., Varela, P., & Grasso, S. (2021). *Sustainable food packaging: A consumer-centered perspective*. *Food Quality and Preference*.
- Baba, W. N., Rashid, I., Shah, A., Ahmad, M., Gani, A., Masoodi, F. A., Wani, I. A., & Wani, S. M. (2016). *Effect of microwave roasting on antioxidant and anticancerous activity of barley flour*. *Journal of the Saudi Society of Agricultural Sciences*.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat. (n.d.). *Jumlah perjalanan wisatawan nusantara menurut kabupaten/kota tujuan perjalanan*. Diakses dari <https://sumbar.bps.go.id/id/statistics-table/2/Nzc1IzI=/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-kabupaten-kota-tujuan-perjalanan.html>
- Baronia, N. K. B., Daño, J. S., Mingo, A. B. R., Miones, D. K. Y., & Gagani, F. S. (2022). *Souvenir purchase motivations and product attribute preferences among arts and design students amidst COVID-19*. *Journal La Bisecoman*.
- Becker, L., van Rompay, T., Schifferstein, H., & Galetzka, M. (2011). *Tough package, strong taste: The influence of packaging design on taste impressions and product evaluations*. *International Journal of Design*.
- BPOM. (2021). *Peraturan BPOM No. 27 Tahun 2021 tentang Pencantuman Informasi Nilai Gizi*.
- Bryant, C. J., van den Broek, J., & Poulsen, J. B. (2023). *Early adopters of food innovation: Demographic and psychographic characteristics of consumers most willing to try cultured meat and plant-based alternatives*. *Trends in Food Science & Technology*.

- Bryant, C., Barnett, J., & Dillard, J. (2018). *Consumer acceptance of cultured meat: Systematic review*. *Frontiers in Sustainable Food Systems*.
- Buckley, R. (2019). *Sustainable tourism and natural world heritage*. *Journal of Sustainable Tourism*.
- Cendrawan, J., & Ajisuksmo, C. R. P. (2020). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keinginan Mahasiswa dalam Menggunakan Media Sosial*. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 17(2), 203–216.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice (8th ed.)*. Pearson.
- Chen, H., & Rahman, I. (2018). *Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty*. *Tourism Management Perspectives*.
- Ciampa, A., Franco, D., & Capitello, R. (2020). *Sensory acceptability and willingness to buy foods presented as having benefits achieved through the use of nanotechnology*. *Food Quality and Preference*.
- Clement, J. (2020). *Visual hierarchy in packaging design: A cross-cultural analysis*. *Journal of Consumer Behaviour*.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Deliza, R., & MacFie, H. J. H. (2021). *Consumer Sensory Testing and Product Development*. Cambridge: Woodhead Publishing.
- Desfitawarni, D., Syamsurizaldi, S., & Fatimah, F. (2022). *Kepemimpinan inovatif Walikota Payakumbuh dalam membangun city branding "Payakumbuh, the City of Randang."* Kolaborasi: *Jurnal Administrasi Publik*.
- Departemen Kesehatan RI. (2017). *Tabel Komposisi Pangan Indonesia*. Jakarta: Puslitbang Gizi dan Makanan.
- Dewi, N. K. N. K. (2022). *Evaluasi penyelenggaraan makanan di Yayasan Pasraman Gurukula Bangli [Diploma thesis]*. Poltekkes Kemenkes Denpasar.
- Djafarova, E., & Bowes, T. (2021). *'Instagram made me buy it': Generation Z impulse purchases in fashion industry*. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., & Wang, Y. (2021). *Social media marketing: A review and research agenda*. *International Journal of Information Management*.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). *What is food tourism?*. *Tourism Management*.
- Fitriani, S., Riftyan, E., & Nisbah, N. (2019). *Karakteristik kimia dan sensori kulit pai berbahan tepung komposit bonggol pisang dan sukun*. *Jurnal Ilmu Pangan dan Hasil Pertanian*.
- Ghozat, A., & Abbaspour, A. (2020). *Effectiveness of Social Media Advertising on Purchase Intention*. *Journal of Marketing Development*, 12(2), 45–57.
- Gisslen, G. W. (2016). *The pastry chef's companion*. John Wiley & Sons.
- Guerrero, L., Claret, A., Verbeke, W., Enderli, G., Zakowska-Biemans, S., Vanhonacker, F., & Font i Furnols, M. (2016). *Perception of traditional food products in six European regions using free word association*. *Food Quality and*

Preference, 52, 267–275.

Grunert, K. G., Hieke, S., & Wills, J. (2020). *Sustainability labels on food products: Consumer motivation, understanding, and use*. Food Policy.

Grunert, K. G., dkk.. (2018). *Consumer-centered product development in food*. Dalam J. H. Blunch & K. Brunsø (Eds.), *Consumer Behavior in Food Markets* (pp. XX–XX). Springer.

Habibi, N. A., Putri, V. D., Andrafikar, A., Safyanti, W., & Sartika, W. (2023). *Pengaruh substitusi tepung kacang hijau terhadap mutu organoleptik dan kadar protein beras rendang*. Jurnal Sehat Mandiri.

Hall, C. M., & Gössling, S. (2020). *Food tourism and regional development: Networks, products, and trajectories*. Routledge.

Hasnelly, H., Fitriani, E., Ayu, S. P., & Hervelly, H. (2020). *Pengaruh drajat penyosohan terhadap mutu fisik dan nilai gizi beberapa jenis beras*. AgriTECH.

IDN Times. (2024). *Mayoritas Gen Z di Indonesia bergaji di bawah Rp2,5 juta per bulan*. <https://www.idntimes.com/business/economy/ridwan-aji-pitoko-1/mayoritas-gaji-gen-z-di-bawah-rp2-5-juta-per-bulan>

Johnson, R. (2019). *Culinary innovation and recipe development*. Culinary Press.

Karina, M., Endang, S., & Multi, K. (2017). *Modifikasi resep dalam penyelenggaraan makanan dan gizi kuliner*. Poltekkes Kemenkes Yogyakarta.

Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Global Overview Report*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>

Kim, T., & Chiu, W. (2024). *Fostering a link between creativity and consumer acceptance*. Journal of Consumer Studies.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing (17th ed.)*. Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson.

Krishna, A., Cian, L., & Aydinoglu, N. Z. (2017). *Sensory attributes of malt drinks and consumer purchase decisions*. Journal of Food Products Marketing.

Kusuma, P. A., & Chayati, I. (2019). *Product development as Weeco tartlet: Diversification of local food products based tart*. University of Yogyakarta.

Lawless, H. T., & Heymann, H. (2010). *Sensory evaluation of food: Principles and practices (2nd ed.)*. Springer.

Lawless, H. T., & Heymann, H. (2021). *Sensory evaluation of food: Principles and practices (3rd ed.)*. Springer.

Lee, S. Y., & Kim, H. J. (2025). *Association between sweet taste preference and added sugar intake among young adults: A cross-sectional analysis*. BMC Nutrition.

Lengkong, B. F., Zulbainarni, N., & Palupiningrum, A. W. (2022). *Analisis preferensi konsumen terhadap makanan camilan manis di Frozy Land Bekasi*. IPB University.

Lin, L.-C., & Chen, C.-T. (2020). *Cultural identity and souvenir authenticity: A case study of indigenous tourism*. Journal of Travel Research.

Luxita, S., & Puneeta, A. (2019). *Organoleptic and physicochemical properties of tarts developed from quinoa, chickpea, and oats flour and their ranking by*

- Topics method*. Journal of Food and Nutrition of Amity University.
- Majapahit. (2022). *Tentang pie & tartlet: Satu adonan beda bentuk*. Diakses dari <https://www.majapahit.ac.id/p/tentang-pie-tartlet-satu-adonan-beda.htm>
- Mahlke, S. (2019). *The role of aesthetics in user experience design*. International Journal of Human-Computer Studies.
- Mardatillah, A. (2020). *The enterprise culture heritage of Minangkabau cuisine, West Sumatra of Indonesia as a source of sustainable competitive advantage*. Journal of Ethnic Foods.
- Md Yusof, I. S., Md Hashim, A., & Tai, J. Y. (2024). *Cognitive ergonomics approach in food packaging design influence on purchase decisions among Klang Valley consumers, Malaysia*. Jurnal Pengguna Malaysia.
- Meitiana, M., Setiawan, M., & Irawanto, D. W. (2019). *Factors affecting souvenir purchase behavior: valuable insight for tourism marketers and industry*. Journal of Business and Retail Management Research, 13(3), 131–141.
- Melany, & Sudarmiatin. (2023). *The role of souvenir in tourism Indonesia: A thematic review*. Jurnal Manajemen Bisnis, Akuntansi, dan Keuangan (JAMBAK).
- Muhandoyo, A. (2020). *Modifikasi makanan tradisional untuk meningkatkan daya tarik di pasar*. Jurnal Penelitian Makanan Tradisional.
- Mulyanto, A. (2022). *Peranan oleh-oleh dalam industri pariwisata di Sumatera Barat*. Jurnal Ekonomi Pariwisata.
- Murtius, W. S., & Hari, R. (2016). *Ciri khas galamai sebagai makanan tradisional*. Jurnal Penelitian Makanan Tradisional.
- Murtius, W. S., Fiana, R. M., & Ming, A. (2020). *Pembuatan manisan instan beras rendang*. Jurnal Teknologi Pertanian Andalas.
- Nasrolahi, A., Messina, V., & Gena, C. (2022). *Heritage commodification and community participation in tourism*. Heritage & Sustainable Development Journal.
- Nasution, L., Anom, S., & Karim, A. (2020). *Pengaruh Program Sapta Pesona dan Fasilitas terhadap Tingkat Kunjungan Objek Wisata T-Gardendi, Kecamatan Deli Tua, Kabupaten Deli Serdang*. Jurnal Darma Agung, 28(2), 211–230.
- Nugraha, P., & Yuni, D. (2023). *Dosen Mengabdi Inovasi: Solusi pengawetan beras rendang untuk UMKM di Payakumbuh*. IPB University.
- Nugroho, A., & Fitriani, L. (2021). *Analisis preferensi konsumen terhadap produk inovatif berbasis uji hedonik*. Jurnal Teknologi Pangan.
- Pinandoyo, P., & Khubber, K. A. (2023). *Inovasi dan branding nasi liwet Sunda dalam menghadapi persaingan kuliner modern*. Jurnal Ilmiah Publipreneur, 6(1), 30–39.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2019). *The experience economy: Competing for customer time, attention, and money*. Harvard Business Review Press.
- Prasetyo, A. (2020). *Manajemen bisnis kuliner: Teori dan praktik*. Penerbit Andi. <https://www.penerbitandi.com>
- Prayogo, D., & Febrianita, A. (2018). *Analisis potensi desa wisata dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan*. Jurnal Pengembangan Pariwisata.
- Purbohastuti, A. W. (2019). *Perilaku Mahasiswa Terhadap Sosial Media*. Sains:

- Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2). Mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial, berperan penting mempengaruhi persepsi konsumen lain secara digital
- Putri Nur Mahmudah, & Nugroho, D. A. (2023). *Pengaruh product attribute, lifestyle dan perceived value terhadap purchase intention*. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*.
- Rahayu, H. K., dkk. (2019). *Gizi dan kesehatan masyarakat*. Alma Ata Press.
- Rahman, M. K., Masud, M. M., & Hossain, M. M. (2021). *Souvenirs and local economic development: A case study of rural tourism*. *Journal of Destination Marketing & Management*.
- Refdi, C. W., Murtius, W. S., & Fajri, P. Y. (2023). *Physicochemical and functional characteristics of roasted sticky rice flour (Tapuang Barih Randang) in various methods*. *International Journal of Food Science*.
- Refdi, C. W., & Fajri, P. Y. (2017). *Komposisi gizi dan pati tepung beras rendang dari beberapa sentra produksi di Kota Payakumbuh Sumatera Barat*. *Jurnal Teknologi Pertanian Andalas*.
- Riaz, M. N., & Chaudry, M. M. (2018). *Halal Food Production* (2nd ed.). CRC Press.
- Robertson, G. L. (2019). *Food packaging: Principles and practice* (4th ed.). CRC Press.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Rohaeni, A. J., & Ananta, D. A. K. (2023). *Inovasi produk souvenir destinasi wisata kearifan lokal sebagai peluang usaha masyarakat adat*. *Panggung: Jurnal Seni Budaya*, 34(3).
- Rosalina, L., Susanti, R., Yulastri, A., Tasrif, E., & Komaini, A. (2023). *Exploration of potential tourist attractions in Nagari Tabek Patah*. *MSJ: Majority Science Journal*.
- Rosyidah, Q., & Mulyatiningsih, E. (2021). *Pengembangan pie ubi jalar ungu substitusi tepung mocaf sebagai kudapan rendah gluten*. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Sani, S. A., & Aslami, N. (2022). *Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Dan Positioning) pada Produk Kecantikan House of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar*. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(1), 18–26.
- Sari, D. P., Rahayu, W., & Wijaya, C. H. (2020). *Peran panelis terlatih dalam meningkatkan akurasi uji organoleptik*. *Jurnal Ilmu Pertanian*.
- Septiani, R., & Pratama, F. (2021). *Metode evaluasi sensori untuk produk pangan*. Penerbit UB Press. <https://www.ubpress.ac.id>
- Serrano-Gonzalez, J., dkk.. (2021). *Developmental changes in food perception and preference*. *Frontiers in Psychology*. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34084148>
- Sitorus, M. (2019). *Evaluasi organoleptik dalam pengembangan produk pangan berbasis kearifan lokal*. *Jurnal Agroindustri Indonesia*.
- Smith, P., & Lee, K. (2020). *Functional ingredients in recipe modification*. *Food Technology Journal*.
- Solomon, M. R., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. K. (2019). *Consumer behaviour: A European perspective* (6th ed.). Pearson.

- Stone, H., Bleibaum, R. N., & Thomas, H. A. (2020). *Sensory Evaluation Practices* (5th ed.). Academic Press.
- Suarsana, N. (2007). *Pengendalian biaya departemen F&B di perhotelan*. Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supariasa, I. D., dkk. (2023). *Analisis kandungan gizi pangan*. Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Suwena, K., & Widymatja. (2017). *Pengetahuan dasar ilmu pariwisata*. Pustaka Larasan.
- Swanson, K. K., & Timothy, D. J. (2012). *Souvenirs: Icons of meaning, commercialization and commoditization*. *Tourism Management*, *33*(3), 489–499. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.10.007>
- Syamsurizal, S., Zalmansyah, A., Yondri, L., & lainnya. (2023). *Language semiotics: The symbolic meaning of traditional Minangkabau food in custom ceremonies*. Research Square.
- Syihab, S. F., Novitasari, P., & Astuti, W. (2022). *Modul 7 – Perhitungan Kandungan Gizi Makanan*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Symmank, C. (2018). *Extrinsic and intrinsic food product attributes in consumer and sensory research: literature review and quantification of the findings*. *Food Quality and Preference* (systematic review).
- Tempo. (2024, 7 Januari). *Sandiaga Uno sebut 63 persen pergerakan wisatawan dipicu wisata kuliner*. Diakses dari <https://www.tempo.co/gaya-hidup/sandiaga-uno-sebut-63-persen-pergerakan-wisatawan-dipicu-wisata-kuliner-101707>
- Tirpude, R., Alam, T., & Saha, N. C. (2018). *The effect of ergonomics to improve the convenience of the consumer packaging of edible oil industry*. Dalam F. Rebelo & M. Soares (Eds.), *Advances in Ergonomics in Design* (pp. 165–176). Springer.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: UMS Publishing.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta.
- Underwood, R. L., Klein, N. M., & Burke, R. R. (2019). *Packaging communication: Examining consumer response to pack text, visuals, and metaphors*. *Journal of Product & Brand Management*.
- UN Tourism. (2019). *Global report on food tourism*. World Tourism Organization.
- UN Tourism. (2020). *International tourism highlights*. World Tourism Organization.
- UN Tourism. (2021). *Global guidelines for souvenir development in tourism*. World Tourism Organization.
- Verbeke, W. (2020). *Consumer acceptance of novel sustainable food technologies*. *Food Quality and Preference*.
- Verinita. (2023, 25 Oktober). *Mengapa restoran makanan khas Padang menarik bagi wisatawan nusantara? Metro Padang*. Diakses dari <https://metropadang.com/2023/10/mengapa-restoran-makanan-khas-padang->

menarik-bagi-wisatawan-nusantara/

- Vinaya, dkk. (2019). *Implementasi resep standar dalam pengolahan makanan di Restoran Pizza Marzano*. Jurnal Teknologi Pangan.
- Wang, Q. J., Mielby, L. A., Thybo, A. K., Bertelsen, A. S., Kidmose, U., Spence, C., & Byrne, D. V. (2018). *Sweeter together? Assessing the combined influence of product-related and contextual factors on perceived sweetness of fruit beverages*. Journal of Sensory Studies.
- Widyasari, R. H. E., Nurdialy, M., & Fadhilah, J. (2022). *Financial feasibility analysis of product modification katuk and spinach brownies tartlet as an alternative breastfeeding mother's snack*. E3S Web of Conferences.
- Williams, F., Marshall, D., & Fairweather, J. (2019). *Young adult consumers' motivations and preferences for traditional food products*. British Food Journal.
- Wu, L., & Lee, J., Chae, H. (2020). *Characteristics of limited edition products on consumer perceived value and brand trust*. Studi kuantitatif dalam Limited Edition Product.