

**PENGEMBANGAN POLA PERJALANAN DAN PAKET WISATA
GASTRONOMI HIMPUNAN PRAMUWISATA INDONESIA (HPI) DI
KOTA BANDUNG**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Pariwisata Program Studi Manajemen Industri Katering

Disusun Oleh :
Adinda Fitri Setyorini
2106009

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

LEMBAR HAK CIPTA

**STRATEGI PENGEMBANGAN POLA PERJALANAN DAN PAKET
WISATA GASTRONOMI HIMPUNAN PRAMUWISATA INDONESIA
(HPI) DI KOTA BANDUNG**

Oleh:

Adinda Fitri Setyorini

2106009

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata Program Studi Manajemen Industri Katering

© Adinda Fitri Setyorini

Universitas Pendidikan Indonesia

2025

Hak Cipta dilindungi Undang – Undang

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

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI PENGEMBANGAN POLA PERJALANAN DAN PAKET
WISATA GASTRONOMI HIMPUNAN PRAMUWISATA INDONESIA
(HPI) DI KOTA BANDUNG**

disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Risya Ladiva Bridha, MM. Par
NIPT. 920200819920929201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



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

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adinda Fitri Setyorini
NIM : 2106009
Jurusan : Manajemen Industri Katering
Fakultas : Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Pola Perjalanan dan Paket Wisata
Gastronomi Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) di Kota
Bandung

Menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini adalah benar – benar hasil karya sendiri bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran etika keilmuan dalam skripsi ini yang tidak sesuai, saya siap menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Bandung, 29 Agustus 2025



Penulis

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt, yang telah memberikan taufiq, hidayah, dan karunia- Nya yaituu berupa kesehatan, kemudahan, keselamatan, dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul “Strategi Pengembangan Pola Perjalanan dan Paket Wisata Gastronomi Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) di Kota Bandung”. Sholawat serta salam senantiasa tercurah limpah kepada Nabi Muhammad SAW.

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini alhamdulillah tidak banyak hambatan yang penulis alami karena berkat bantuan, dorongan, serta bimbingan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini memberikan manfaat kepada semua pihak.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Bandung, 29 Agustus 2025



Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang diberikan kepada penulis. Dukungan moril maupun materil yang diberikan begitu berarti, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Dalam penelitian dan penulisan skripsi selama kurang lebih empat bulan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya atas dukungan, bimbingan, nasihat, bantuan, pengorbanan, dan kerjasama dari berbagai pihak diantaranya:

1. Allah SWT., yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran pada proses penyusunan skripsi ini. Memberikan kemampuan, rezeki, serta kekuatan yang berlimpah sehingga penulis tidak mudah menyerah serta merasa sendirian.
2. Prof. Dr. H. Didi Sukyadi, M.A, selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Prof. Dr. Cecep Darmawan, S.H., S.I.P., S.A.P., S.Pd., M.Si., M.H., CPM selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
4. Dr. Woro Priatini, S.Pd, M.Si., selaku ketua Program Studi Manajemen Industri Katering.
5. Dr. Dewi Turgarini, S.S., MM. Par., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dorongan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
6. Risya Ladiva Bridha, S.Par., M.M.Par., sebagai pembimbing II telah memberikan arahan, masukan, semangat, serta kesabaran dalam membimbing penulis selama proses pengerjaan skripsi.
7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Industri Katering yang telah memberikan ilmu, arahan, serta bimbingan kepada penulis selama masa studi.
8. Seluruh narasumber penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk penulis wawancara.
9. Terimakasih banyak untuk staff di hpi terutama pak ganis yang sudah membantu memberikan banyak informasi.

10. Untuk kedua orangtua saya ibu Reni Latifah dan bapak Haris Achmad yang selalu memberikan saya dukungan serta mendoakan keberhasilan dan kelancaran penulis dalam penyusunan skripsi ini.
11. Teman – teman seperjuangan MIK angkatan 2021 yang telah berjuang bersama.
12. Untuk sahabat saya Fadia, Dika, Nahwa, Andin, Sambita, Nabila, Deti, Salma, Manur, Kiki, dan Zharfa yang selalu membantu penulis dalam kesulitan dan membuat penulis semangat mengerjakan.
13. Untuk Adel, Fauzi, Naswa, Bobby, Yogi, Selwa, Anneta, dan Nikita yang telah support saya untuk semangat mengerjakan skripsi.
14. Untuk Ikhsan, Tari, Kak imeh, Cia, Zahro, dan Ahmad teman saya magang yang selalu mensupport dan menyemangati untuk mengerjakan skripsi saya.
15. Untuk seseorang yang pernah kebersamaan saya yang tidak bisa saya sebutkan namanya terimakasih banyak telah menyakiti saya yang membuat saya memiliki ambisi dan semangat untuk mengerjakan skripsi.
16. Saya berterimakasih untuk diri saya sendiri karna sudah mau berjuang sama detik ini walaupun banyak sekali badai yang saya lewati yang saya hampir tidak sanggup untuk melalui nya ternyata saya bisa menyelesaikan semuanya dengan tepat waktu terimakasih banyak.
17. Semua pihak yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu tetapi telah bersedia membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.

Semoga kebaikan yang diberikan oleh semua pihak kepada penulis menjadi amal saleh yang senantiasa mendapat balasan dan kebaikan yang berlipat ganda dari Allah Swt. Aamiin.

**PENGEMBANGAN POLA PERJALANAN DAN PAKET WISATA
GASTRONOMI HIMPUNAN PRAMUWISATA INDONESIA (HPI) DI
KOTA BANDUNG**

Disusun Oleh :

Adinda Fitri Setyorini

2106009

ABSTRAK

Wisata gastronomi merupakan salah satu bentuk wisata minat khusus yang menggabungkan aspek kuliner, budaya, dan pengalaman lokal yang autentik. Kota Bandung sebagai destinasi unggulan memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata gastronomi, terlebih melalui inovasi pola perjalanan dan paket wisata yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan pola perjalanan dan paket wisata gastronomi yang dilakukan oleh Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) DPC Kota Bandung. Fokus penelitian meliputi: (1) Daya tarik gastronomi yang dikembangkan oleh DPC HPI, (2) Promosi digital dalam pola perjalanan, (3) Strategi promosi paket wisata gastronomi, serta (4) Peran nona helix dalam pengembangan wisata gastronomi. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi multi-pihak melalui nona helix sangat diperlukan dalam pengembangan wisata gastronomi yang berkelanjutan. Selain itu, integrasi pola perjalanan dengan sarana transportasi ikonik seperti *Bandung Tour on Bus* (Bandros) dapat memperkuat branding kota sebagai destinasi gastronomi. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategi berbasis komunitas dan digital untuk mendukung pengembangan wisata gastronomi yang inovatif dan berdaya saing di Kota Bandung.

Kata kunci: Bandung Tour On Bus, Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI), Kota Bandung, Nona Helix, Paket Wisata, Pola Perjalanan, Wisata Gastronomi.

***DEVELOPMENT OF TRAVEL PATTERNS AND GASTRONOMIC
TOURISM PACKAGES OF THE ASSOCIATION OF INDONESIAN
TOURIST GUIDES (HPI) IN THE CITY OF BANDUNG***

Disusun Oleh :

Adinda Fitri Setyorini

2106009

ABSTRACT

Gastronomy tourism is a form of special interest tourism that combines culinary, cultural, and authentic local experiences. Bandung City, as a leading tourist destination, holds significant potential for developing gastronomic tourism through innovative travel patterns and attractive tour packages. This study aims to analyze the development strategies of travel patterns and gastronomic tour packages conducted by the Indonesian Tourist Guide Association (HPI), Bandung City Branch. The focus includes: (1) the gastronomic attractions developed by HPI DPC Bandung, (2) digital promotion of travel patterns, (3) marketing strategies for gastronomic tour packages, and (4) the role of the nona helix in tourism development. A qualitative descriptive method was employed, involving in-depth interviews, observations, and document analysis. The findings reveal that multi-stakeholder collaboration through the nona helix is essential for sustainable gastronomic tourism development. Furthermore, integrating travel patterns with iconic transportation such as Bandung Tour on Bus (Bandros) strengthens the city's branding as a gastronomic destination. This research provides strategic recommendations focused on community involvement and digital promotion to support the development of innovative and competitive gastronomic tourism in Bandung City.

Keywords: Bandung Tour On Bus, City of Bandung, Gastronomy Tourism, Indonesian Tourist Guide Association (HPI, Nona Helix, Tour Package, Travel Pattern

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR HAK CIPTA.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Teori.....	8
2.1.1 Pariwisata	8
2.1.2 Daya Tarik Wisata	9
2.1.3 Komponen Gastronomi	12
2.1.4 Destinasi Wisata Gastronomi	14
2.1.5 Pola Perjalanan.....	19
2.1.6 Paket Wisata	21
2.1.7 Strategi Pengembangan UNWTO	24
2.1.8 Pengembangan Produk Wisata Gastronomi	27
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Berpikir	33
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian.....	36
3.1.1 Partisipan, Teknik Sampling, Tempat Penelitian	37

3.1.2	Operasionalisasi Instrumen Penelitian	39
3.1.3	Jenis dan Sumber Data	44
3.1.4	Teknik Pengumpulan Data	45
3.1.5	Hasil Pengujian Validitas- Triangulasi data.....	46
3.1.6	Teknik Analisis Data.....	47
3.1.7	Uji Validitas Member Checking	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Gambaran Umum Kota Bandung.....	49
4.1.1	Letak Geografis	49
4.1.2	Sejarah Kota Bandung.....	51
4.1.3	Profil Himpunan Pramuwisata Indonesia.....	52
4.1.4	Bandung Tour On Bus	54
4.2	Pelaksanaan Penelitian	55
4.2.1	Peta Persebaran Kuliner Legendaris Kota Bandung	60
4.3	Temuan dan Bahasan	64
4.3.1	Komponen Gastronomi	64
4.3.2	Filosofi, Sejarah, Tradisi, dan Sosial.....	65
4.3.3	Masak-Memasak	73
4.3.4	Bahan Baku	82
4.3.5	Mencicip.....	91
4.3.6	Menghidangkan.....	94
4.3.7	Mempelajari, Meneliti dan Menulis	97
4.3.8	Pengalaman unik	100
4.3.9	Kandungan Gizi.....	102
4.3.10	Etika dan Etiket	109
4.4	Tahapan Gastronomi	112
4.5	Potensi Daya Tarik Wisata di Kota Bandung.....	116
4.5.1	Atraksi	118
4.5.2	Akses	123
4.5.3	Fasilitas Pendukung.....	131
4.5.4	Ancillary Service.....	133
4.6	Nona Helix/ Salapan Cinyusu	135
4.6.1	Pengusaha.....	135

4.6.2 Pemerintah.....	139
4.6.3 Pekerja.....	141
4.6.4 Pemasok	142
4.6.5 Pakar.....	144
4.6.6 Pemerhati.....	146
4.6.7 Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM).....	148
4.6.8 Media Informasi	149
4.7 Pembuatan Paket Wisata	150
4.7.1 Daya Konsumsi Wisatawan	190
4.7.2 Destinasi Kuliner Unggulan.....	191
4.7.3 Durasi/Waktu Kunjungan.....	192
4.7.4 Promosi Gastronomi Unggulan.....	193
4.8 Pola Perjalanan.....	195
4.8.1 <i>Single Point</i>	195
4.8.2 <i>Base Site</i>	197
4.8.3 <i>Stop Over</i>	198
4.8.4 <i>Chaining Loop</i>	199
4.8.5 <i>Complex Neighbourhood</i>	201
4.8.6 <i>Destination Region Loop</i>	202
4.9 Strategi Pengembangan Paket Wisata Gastronomi	203
4.10 Pembahasan.....	207
4.11 Hasil Uji Validitas.....	211
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	213
5.1 Simpulan.....	213
5.2 Saran.....	214
DAFTAR PUSTAKA	215
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Wisatawan Domestik Di Kota Bandung Tahun 2021 – 2023	4
Tabel 1.2 Pra Penelitian	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Partisipan.....	36
Tabel 3.2 Operasionalisasi Instrumen Penelitian	38
Tabel 3.3 Form Member Checking	46
Tabel 4.1 Data Narasumber.....	53
Tabel 4.2 Data temuan Komponen Gastronomi Masak – Memasak	72
Tabel 4.3 Langkah Pembuatan.....	76
Tabel 4.4 Hasil Wawancara Mengenai Bahan Baku.....	81
Tabel 4.5 Bahan Baku	83
Tabel 4.6 Hasil Wawancara Mengenai Rasa.....	90
Tabel 4.7 Hasil Wawancara Mengenai Cara Menghidangkan.....	93
Tabel 4.8 Cara Menghidangkan	95
Tabel 4.9 Mempelajari, Meneliti dan Memasak	96
Tabel 4.10 Hasil Wawancara Mengenai Pengalaman Unik.....	99
Tabel 4.11 Hasil Wawancara Mengenai Kandungan Gizi	101
Tabel 4.12 Kandungan Gizi	104
Tabel 4.13 Etika dan Etiket.....	108
Tabel 4.14 Data Hasil Wawancara Penjelasan Tahapan Gastronomi	111
Tabel 4.15 Wisata Gastronomi 30 Kecamatan di Kota Bandung	114
Tabel 4.16 Atraksi Paket Wisata Gastronomy On Bandros	116
Tabel 4.17 Atraksi Paket Wisata Gastronomy On Bandros	118
Tabel 4.18 Paket Wisata.....	119
Tabel 4.19 Hasil Wawancara Mengenai Aksesibilitas Menuju Tempat	122
Tabel 4.20 Peta Akses Menuju Kawasan Paket Wisata 4 Gempol	124
Tabel 4.21 Hasil Wawancara Mengenai Fasilitas	129
Tabel 4.22 Hasil Wawancara Mengenai Pengelolaan Tambahan di Wisata Gastronomi.....	132

Tabel 4.23 Hasil Wawancara Mengenai Pengamanan di Wisata Gastronomi.....	132
Tabel 4.24 Jawaban Narasumber Sebagai Pengusaha.....	134
Tabel 4.25 Jawaban Narasumber Sebagai Pemerintah	137
Tabel 4.26 Jawaban Narasumber Sebagai Pekerja.....	139
Tabel 4.27 Jawaban Narasumber Sebagai Pemasok	141
Tabel 4.28 Jawaban Narasumber Sebagai Pakar.....	142
Tabel 4.29 Jawaban Narasumber Sebagai Pemerhati	145
Tabel 4.30 Jawaban Narasumber Sebagai NGO	146
Tabel 4.31 Jawaban Narasumber Sebagai Media Informasi.....	148
Tabel 4.32 Rundown Kegiatan Paket Wisata.....	151
Tabel 4.33 Harga Paket Wisata.....	158
Tabel 4.34 Jawaban Narasumber Sebagai Media Informasi.....	196
Tabel 4.35 Jawaban Narasumber Sebagai Base Site.....	197
Tabel 4.36 Jawaban Narasumber Sebagai Stop Over	199
Tabel 4.37 Jawaban Narasumber Sebagai Chaining Loop.....	200
Tabel 4.38 Jawaban Narasumber Sebagai Complex Neighbourhood.....	202
Tabel 4.39 Jawaban Narasumber Sebagai Destination Region Loop	203
Tabel 4.40 Jawaban Narasumber Mengenai Strategi Pengembangan UNWTO..	204
Tabel 4.41 Jawaban Narasumber Memuat Strategi Pengembangan	207
Tabel 4.42 Member Checking Nona Helix	212

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Komponen Gastronomi	13
Gambar 2.2 Perkembangan Produk Gastronomi.....	15
Gambar 2.3 Nona Helix	17
Gambar 2.4 Paket Wisata	23
Gambar 2.5 Strategi Destinasi Wisata	25
Gambar 2.6 Kerangka Berfikir.....	33
Gambar 3.1 Pengujian Validitas	45
Gambar 4.1 Peta Kota Bandung.....	47
Gambar 4.2 Tanggapan Responden Berdasarkan Usia	56
Gambar 4.3 Tanggapan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Gambar 4.4 Tanggapan Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	57
Gambar 4.5 Karakteristik Berdasarkan Sumber Informasi	57
Gambar 4.6 Tanggapan Responden Berdasarkan Domisili	58
Gambar 4.7 Peta Persebaran Kuliner Legendaris Kota Bandung	59
Gambar 4.8 Kupat Tahu Gempol	65
Gambar 4.9 Roti Gempol	66
Gambar 4.10 Sari – Sari	67
Gambar 4.11 Baso Bihun Mr. Padi	67
Gambar 4.12 Sop Buntut Ma’ Emun	69
Gambar 4.13 Es Lilin Karimata	71
Gambar 4.14 Baso Tahu Tulen	72
Gambar 4.15 Mapping Paket Wisata 4 Gastronomi	137
Gambar 4.16 Bandros DPC HPI	139
Gambar 4.17 Paket Wisata 4.....	151
Gambar 4.18 Briefing di Meeting Point.....	152
Gambar 4.19 Pemaparan Oleh Ibu Dewi Turgarini	153
Gambar 4.20 Pemaparan Oleh Ibu Dewi Turgarini	153
Gambar 4.21 Kupat Tahu Gempo	154
Gambar 4.22 Roti Gempol	154
Gambar 4.23 Sari – Sari	155
Gambar 4.24 Bakso Bihun Mr.Padi	155

Gambar 4.25 Baso Tahu Tulen	156
Gambar 4.26 Sop Buntut Ma Emun	156
Gambar 4.27 Es Lilin Cipunegara.....	157
Gambar 4.28 Foto Bersama.....	157
Gambar 4.29 Paket Wisata 1	159
Gambar 4.30 Paket Wisata 2	160
Gambar 4.31 Paket Wisata 3	161
Gambar 4.32 Paket Wisata 4	162
Gambar 4.33 Paket Wisata 5	163
Gambar 4.34 Paket Wisata 6	165
Gambar 4.35 Paket Wisata 7	166
Gambar 4.36 Paket Wisata 8	168
Gambar 4.37 Paket Wisata 10	169
Gambar 4.38 Paket Wisata 11	170
Gambar 4.39 Paket Wisata 12	171
Gambar 4.40 Paket Wisata 13	172
Gambar 4.41 Paket Wisata 14	174
Gambar 4.42 Paket Wisata 15	176
Gambar 4.43 Paket Wisata 16	177
Gambar 4.44 Paket Wisata 17	179
Gambar 4.45 Paket Wisata 18	181
Gambar 4.46 Paket Wisata 19	182
Gambar 4.47 Walking Tour	184
Gambar 4.48 Classing Bandung Walking Tour	185
Gambar 4.49 Bandros Braga Mystery.....	186
Gambar 4.50 Bandung Bercerita.....	187
Gambar 4.51 Ngabandungan Cikapundung	188
Gambar 4.52 Ngemong & Ngabuburit.....	188
Gambar 4.53 Meelopen di Bandros Baraga	189
Gambar 4.54 Infografis Pembahasan	211

DAFTAR PUSTAKA

- Aktürk, G. (2021). *Gastronomy Tourism as a Destination Branding Strategy: A Case Study of South Korea and Japan*. *Journal of Tourism Research*, 34(2), 123–135.
- Aktürk, H. (2021). The Evaluation of Studies About Gastronomy Tourism In The Tourism Literature. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 4(2), 140-167.
- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.
- Amaluddin, L. O., Sejati, A. E., Ihsan, F. A., & Mutiana, M. (2019). *Identification of Huntete beach tourism object in Kulati village East Tomia sub-district Wakatobi regency*. *Geosfera Indonesia*, 3(3), 43–49. <https://doi.org/10.19184/geosi.v3i3.8688>
- Andini, D. A., & Nugraha, R. N. (2023). Kawasan Pecinan Glodok sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner. 6(2), 565–578
- Apriliyanti, Ester, et al. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Citra Niaga Sebagai Pusat. Cermiran Budaya Khas Kota Samarinda. *Jurnal Manajemen - Vol. 12 (1)* : 145-153.
- Arifatudduri, N., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2022). Strategi *Digital Marketing* Dalam Mengembangkan Ekonomi Masyarakat. (1), 335-340.
- Asse, R. A. A. (2018). Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook *Marketing* Warunk Bakso Mas Cingkrank Di Makassar). *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 219–231. <https://doi.org/10.31947/kareba.v7i2.6907>.
- Astuti, W., et al. (2023). Gastronomi dan Pariwisata: Sebuah Tinjauan. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 7(2), 123-145
- Aulia Persada Semarang. (2024). Menyongsong Tren Terbaru dalam Dunia *Digital Marketing* 2024.
- Batten, Malcolm. (2018). *London's Sightseeing Buses*. Amberley Publishing Limited.
- Belakang, A. L. (2019). Sutan Arief Sinar Abdurrachman, 2019 Peran Bandung *Tour On Bus* Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Kota Bandung Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu. 1–11.

Bhinneka. (2024). Target pasar dalam strategi pemasaran.

Cardiogan, D. J., Dy, S. C. H., Opaco, C. J. L. T., Rodriguez, R. D., Tan, J. T. T., Villanueva, K. A., & Mercado, J. M. T. (2021). Manyisig: The culinary heritage significance of Sisig in Angeles City, Pampanga, Philippines. *Internasional Journal of Gastronomy and Food Science*, 24, 100347. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100347>.

Chan, S., & Fadiryana, N. A. (2019). *Pengaruh Destination Image dan Tourist Experience Terhadap Revisit Intention yang Dimediasi oleh Perceived Value* pada Destinasi Wisata Halal di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 10(2), 1-23. <https://doi.org/10.24815/jmi.v10i2.15994>

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2020). *Tourism: Principles and Practice (6th ed.)*. Pearson Education.

Creswell, John. W. (2023). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Edisi Ke-3. Edisi. Indonesia, Cetakan II. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Darajat, J. (2019). *Metode Penelitian: Teknik Pengambilan Sampel dan Analisis Data*. Jakarta: Penerbit Akademia.

Dream Box ID. (2024). Strategi Pemasaran *Digital* yang Efektif di Tahun 2024.

Ekadjaja, M., & Siswanto, H. P. (2021). Strategi Dan Implementasi Digital Marketing Selama Pandemi Covid19. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(2), 278–286. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i2.11347>

Emron Edison, er. al. (2018). Materi Seminar Pola Perjalanan Indonesia. *STIE Pariwisata Yapari*.

Fantini, E., & Tamba, R. S. (2020). Mediamorfosis edukasi informal online melalui platform digital sebagai peluang bisnis baru. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17(1), 114–127. <https://doi.org/10.31334/bijak.v17i1.831.g470>.

Fentri, D. M. (2017). Persepsi Pengunjung terhadap Daya Tarik Taman Wisata Alam Hutan Rimbo Tujuh Danau di Desa Wisata Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Riau. *Jom Fisip*, Vol.4 NO., 4-6.

Gretzel, U., et al. (2021). *Smart Tourism: Foundations and Developments*. Springer.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2021). *Smart tourism: Foundations and developments*. *Electronic Markets*, 31(2), 263–276. <https://doi.org/10.1007/s12525-020-00419-x>

Gupta, V., Roy, H., & Promsivapallop, P. (2021). *Local Cuisine Image Dimensions and Its Impact on Foreign Tourist's Perceived Food Contentment in Delhi*.

Tourism Recreation Research, 46(4), 487–99.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1816762>

Hall, C. M., & Sharples, L. (2021). *Food Tourism around the World: Development, Management and Markets*. Routledge.

Hall, C. M., & Sharples, L. (2021). *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. Routledge.

Hariyana, I., & Mahagangga, I. (2015). Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Kawasan Goa Peteng Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Jimbaran Kuta Selatan Kabupaten Badung. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 3(1) 24-34.

Heliany, I. (2019). Wonderful Digital Tourism Indonesia dan Peran Revolusi Industri dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital 5.0. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 1(1)

Hendarto, Y. M. (2020, Januari 10). Ceruk Wisata Pelancong Milenial. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia.

Hennick, M., Bailey, A., & Hutter, I. (2020). *Qualitative Research Methods*, Second. Edition. SAGE Productions.

Hootsuite. (2024). Keterlibatan tinggi di media sosial.

Ide Biz. (2024). Digital Marketing 2024: Tren Baru yang Harus Anda Ketahui.

Karlina, A. (2019). Strategi Pengembangan Potensi Wisata Alam di Kabupaten Aceh Jaya. Skripsi, 1–66. Retrieved from <https://repository.arraniry.ac.id/id/eprint/10165/>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2024). *Marketing Management*. Pearson.

Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2016). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Education.

Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39.

Liyushiana, L. (2019). Kajian Pola Perjalanan Wisata di Kabupaten Nias Barat, Sumatera Utara. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 10(2).

Lumanauw, N. (2020). Perencanaan Paket Wisata Pada Biro Perjalanan wisata Inbound (Studi Kasus PT. Golden Tours, Bali). *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 9(1), 19-30. <https://doi.org/10.47492/jih.v9i1.26>

- Mashuri, M. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1).
- Media Parahyangan. (2013). *Bandros: Inspirasi dari Makanan Tradisional*. Bandung: Media Parahyangan.
- Moleong, Lexy J. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Moreno Lobato., et al. (2023). The Role of Demographics and Previous Experience in Tourists' Experiential Perceptions. *Sustainability*. 15(378);1-27.
- Muliani, L. (2019). Potensi Bubur Ase Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Jakarta. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(1), 49–56
- Nengsih, M., & Ariska, Y. (2020). Analisis Cluster Pengunjung Tempat Wisata (Studi Kasus: Pantai Panjang Bengkulu). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 1-8.
- Ningrum, F. C., Turgarini, D., & Bridha, R. L. (2021). Pelestarian Tradisi Nyeruit Sebagai Warisan Gastronomi Kota Bandar Lampung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 1(2), 85–95
- Ningsih, C., & Turgarini, D. (2020). Preservation and Development of Kampung Nikmat As Tourist Destination for Sunda Gastronomy Cultural Heritage. *Tourism Scientific Journal*, 5(2), 265-275.
- Nugroho, W., & Sugiarti, R. (2018). Analisis Potensi Wisata Kampung Sayur Organik Ngemplak Sutan Mojosongo Berdasarkan Komponen Pariwisata 6A. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*
- Nuriata. (2019). *Paket Pariwisata: Penyusunan Produk dan Perhitungan Harga*. Bandung: Alfabeta
- Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2013 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Provinsi DKI Jakarta Tahun 2013-2017.
- Pokhrel, S. (2024). Analisis Potensi Wisata Olahraga Paralayang Di Bukit Lelato. Desa Lomuli Kecamatan Lemito Kabupaten Pohuwato. *Αγαν*, 15(1), 37–48
- Pradana, G. Y. K. (2019). *Sosiologi Pariwisata*. STPBI Press
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>

- Rahayu, S., Diatmika, I. P. G., & Haryadi, W. (2022). Analisis Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Perekonomian UMKM Pesisir Saliper Ate di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Riset Kajian Teknologi dan Lingkungan*, 5(1), 01–08.
- Rahmah Siahaan, D. Z. (2021). Analisis Keberadaan Wisata Kuliner Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa.
- Rahman, A. (2021). *Pengembangan Wisata Gastronomi Berbasis Kearifan Lokal di Indonesia*. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 3(1), 45–56.
- Rahman, F. (2021). Ihwal awal gastronomi di Indonesia. *Prisma: Jurnal Pemikiran Sosial Ekonomi*, 40(1), 98-108. <https://www.prismajurnal.com/article/ihwal-awal-gastronomi-di-indonesia/>
- Ratana, M. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 22(1), 13. <https://doi.org/10.31445/jskm.2018.220102>
- Saputra, Y., Sari, R., & Prasetyo, B. (2024). Digital Marketing: Konsep dan Implementasi dalam Meningkatkan Kesadaran Merek. *Jurnal Pemasaran Digital*.
- Scheyvens, R. (2021). *Tourism and Sustainable Development Goals: Research on Sustainable Tourism*. Springer.
- Siregar., et. al. (2022). Penyusunan pola perjalanan wisata (travel pattern) di Lampung berdasarkan profil dan preferensi wisatawan. *Warta Pariwisata*, 20(1), 1–6.
- Soeroso, A., & Turgarini, D. (2020). Culinary Versus Gastronomy. *E-Journal of Tourism*, 7(2), 193-204
- Sprinkl. (2024). Jangkauan luas dalam media sosial.
- Sprout Social. (2024). Fitur pemasaran beragam dalam media sosial.
- Subagyo, A. (2022). Aplikasi Metode Riset: Praktik Penelitian Kualitatif, Kuantitatif & Mix Methods. *Inteligencia Media*.
- Sufa ,S.A., et al., (2020). Wisata Gastronomi Sebagai Daya Tarik Pengembangan Potensi Daerah Kabupaten Sidoarjo. *Mediakom Jurnal Ilmu Komunikasi* 4(1):75-86.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sukmadi, S., Kasim, F., Simatupang, V., Goeltom, A. D. L., & Saftara, I. (2020). Pengembangan Wisata Berbasis Kearifan Lokal pada Desa Wisata Pagerharjo Kecamatan Samigaluh Kabupaten Kulon Progo Yogyakarta. 1(d), 1–12. <https://doi.org/10.34013/mp.v1i1.356>
- Swarjana, I. K. (2022). Populasi sampel teknik sampling dan bias dalam penelitian. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- The Marketing Hustle. (2024). Interaksi melalui konten di media sosial.
- Turgarini, D. (2018). Gastronomi Sunda Sebagai Atraksi Wisata di Kota Bandung (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Turgarini, D., & Heni, H. (2017). *Gastronomi sebagai Daya Tarik Wisata: Studi Kasus Kota Bandung*. Jurnal Kepariwisata, 10(2), 89–100.
- UNWTO (United Nations World Tourism Organization). (2019). *Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism*. <https://www.e-unwto.org/>
- Utami, A.R. (2019). Analisis Daya Tarik Unggulan Ekowisata Dusun Bambu Bandung, Jawa Barat. 2(2), 21-26.
- Utami, et al. (2019). Pola pergerakan Spasial Wisatawan yang Berkunjung ke Candi Borobudur. *Jurnal Bumi Indoneia UGM*.
- World Tourism Organization. (2017). *Global Report on Food Tourism*.
- Yellow Web ID. (2024). Mengenal dan Mengoptimalkan Digital Marketing di Era 2024.
- Zulhamri, N., Noviana, E., & Retnoningsih, S. (2023). Perancangan Media Informasi E-Guidebook Perjalanan Bus Bandros sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Objek Wisata Kota Bandung. Fad, 1–12.