

No. Daftar FPIPS: 1044/UN40.A2.8/PP/2019

**STRATEGI PEMASARAN *BAMBOO STRAW*  
SEBAGAI ALTERNATIF PENGGANTI PENGGUNAAN  
SEDOTAN PLASTIK**

**Skripsi**

*Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Pariwisata*



Disusun oleh :

Diana Putri Permatasari      1507155

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2019**

**LEMBAR HAK CIPTA**

**STRATEGI PEMASARAN *BAMBOO STRAW*  
SEBAGAI ALTERNATIF PENGGANTI PENGGUNAAN SEDOTAN  
PLASTIK**

oleh

Diana Putri Permatasari

1507155

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

© Diana Putri Permatasari 2019

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2019

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

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

## LEMBAR PENGESAHAN

### STRATEGI PEMASARAN *BAMBOO STRAW* SEBAGAI UPAYA ALTERNATIF PENGGANTI PENGGUNAAN SEDOTAN PLASTIK

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

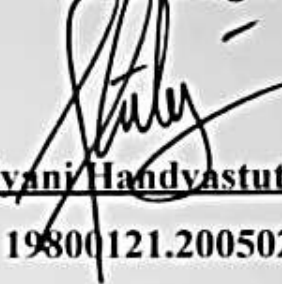
Pembimbing I



**Dr. Dewi Turgarini, S.S, MM.Par**

**NIP. 19700320.200812.2.001**

Pembimbing II



**Indriyani Handyastuti, M.Sc.**

**NIP. 19800121.200502.2.001**

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Manajemen Industri Katering

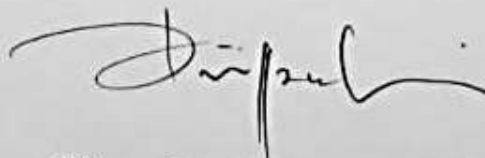


**Dr. Dewi Turgarini, S.S, MM.Par**

**NIP. 19700320.200812.2.001**

Tanggung Jawab Yuridis

Ada Pada Penulis



**Diana Putri Permatasari**

**NIM. 1507155**

## ABSTRAK

**Diana Putri Permatasari (NIM 1507155), dengan judul skripsi Strategi Pemasaran *Bamboo Straw* sebagai Alternatif Pengganti Penggunaan Sedotan Plastik. Di bawah bimbingan Dr. Dewi Turgarini, S.S, MM.Par sebagai pembimbing satu dan Indriyani Handyastuti, M.Sc sebagai pembimbing dua.**

Terdapat tiga aspek konsep *sustainable tourism* yaitu *people*, *planet* dan *prosperity*. Sebagai salah satu kota tujuan wisata gastronomi, aspek *planet* sering dilupakan Kota Bandung. Ditemukan fakta bahwa Kota Bandung merupakan salah satu kota penghasil sampah terbanyak di Jawa Barat. Sampah sedotan plastik menjadi sorotan dalam hal ini, karena memiliki nilai rendah dan minat daur ulang yang kecil. Kehadiran sedotan bambu diharapkan dapat menjadi salah satu solusinya. Namun eksistensinya masih kalah dengan sedotan berbahan dasar lain. Tujuan dari penelitian ini adalah menemukan alternatif strategi pemasaran guna meningkatkan eksistensi sedotan bambu dan diharapkan dapat menerapkannya dalam skala industri, yakni di Restoran Sunda.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mix method*. Metode kualitatif digunakan dengan menggunakan analisis SWOT. Sedangkan metode kuantitatif digunakan dalam perhitungan IFAS dan EFAS (*Internal dan Eksternal Factors Analysis Summery*), QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, studi literatur dan dokumentasi juga penyebaran angket kepada delapan Restoran Sunda Kelas A di Kota Bandung dan 100 orang responden umum yang dipilih berdasarkan *purposive sampling* dan teknik *sampling* jenuh.

Hasil dari penelitian ini didapatkan beberapa alternatif strategi pemasaran yang diurutkan berdasarkan prioritas nilai QSPM, diantaranya yaitu: membuat merk dagang (hak paten), mengganti kemasan menjadi kemasan ramah lingkungan, bekerjasama dengan pemerintah untuk membuat efek jera terhadap pelanggaran penggunaan plastik, membuat sertifikasi produk *food grade*, dll.

Kata Kunci: Sampah Plastik, Sedotan Bambu, Strategi Pemasaran

## **ABSTRACT**

***Diana Putri Permatasari (1507155), Bamboo Straw Marketing Strategy as an Alternative to Using Plastic Staws. Dr. Dewi Turgarini, S.S, MM.Par as first advisor and Indriyani Handyastuti, M.Sc as a second advisor.***

*There are three aspects of the concept of sustainable tourism, which are people, planet and prosperity. As one of the tourism destination especially in culinary, Bandung is often forgetting the planet. The fact shows that Bandung is one of the largest waste-producer city in West Java. In this case, plastic straw waste becomes the main concern which has low economic value and small recycling interest. The presence of bamboo straws is expected to be one solution. But its existence is inferior to other. The purpose of this study is to find alternative marketing strategies to elevate the existence of bamboo straw and applying it in industrial scale which is in A-grade Sundanese Restaurant in Bandung.*

*Mix method is used as the methodology in this study. The qualitative method is used to find the alternative strategy using the SWOT analysis. Meanwhile, the quantitative method is used in IFAS and EFAS (Internal and External Factors Analysis Summary), QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Data collection techniques used were observation, interviews, literature studies, documentation and questionnaires to eight Class A Sunda Restaurants in Bandung and 100 general respondents selected based on purposive sampling and saturated sampling techniques.*

*The result of this study is some alternative marketing strategies are gained and sorted based on QSPM priority, which are: creating a trademark (patent), modifying the packaging into an eco-friendly one, cooperating with the government to establish a deterrent sanctions towards the plastic use violation, creating food grade product certification, and etc.*

*Keywords: Plastic waste, bamboo straw, marketing strategy.*

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	i
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel .....	vii
Daftar Gambar.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Tujuan Penelitian.....	7
1.4    Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>9</b>
2.1    Kajian Pustaka.....	9
2.1.1    Pariwisata .....	9
2.1.1.1 <i>Sustainable Tourism</i> .....	10
2.1.1.2    Motivasi Perjalanan Wisatawan .....	13
2.1.1.3    Wisata Gastronomi .....	14
2.1.1.4    Restoran Sunda.....	16
2.1.1.5    Produk Ramah Lingkungan.....	20
2.1.1.6    Karakteristik Bambu .....	22
2.1.2    Pemasaran.....	25
2.1.2.1    Strategi Pemasaran .....	25
2.1.2.2 <i>Green Marketing</i> .....	31
2.2    Penelitian Terdahulu .....	34
2.3    Kerangka Pemikiran.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1    Objek dan Subjek Penelitian .....	36
3.2    Metode Penelitian .....	36
3.3    Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4    Populasi dan Sampel .....	38

3.5	Operasionalisasi Variabel.....	40
3.6	Sumber Data.....	43
3.7	Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1	Analisis Data Menggunakan Matriks.....	43
3.7.2	Uji Daya Terima Konsumen .....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		45
4.1	Gambaran Umum Pelaku Usaha <i>Bamboo Straw</i> .....	45
4.1.1	Alat dan Proses Produksi <i>Bamboo Straw</i> .....	47
4.1.2	Harga Jual <i>Bamboo Straw</i> .....	48
4.2	Narasumber dan Responden.....	48
4.3	Urgensi <i>Bamboo Straw</i> terhadap Konsep Sustainable Tourism.....	49
4.4	Analisis Faktor Internal .....	63
4.5	Analisis Faktor Eksternal .....	73
4.6	Analisis Internal dan Eksternal .....	76
4.7	Strategi Pemasaran .....	77
4.5.1	Matrix SWOT.....	77
4.5.2	QSPM.....	79
4.4	Uji Daya Terima Konsumen .....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		103
5.1	Kesimpulan.....	103
5.2	Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA .....		xii
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Volume Sampah.....	5
Tabel 1.2 Komposisi Sampah Kota Bandung .....	6
Tabel 1.3 Data Kunjungan Wisatawan Kota Bandung .....	6
Tabel 2.1 Peralatan Dapur dan Alat Makan Sunda.....	18
Tabel 2.2 Biofisik Bambu .....	24
Tabel 2.3 Perbandingan Waktu Urai.....	24
Tabel 2.4 Unsur Pokok dalam Strategi Pemasaran .....	26
Tabel 2.5 Langkah Penentuan Segmen, Target dan Penempatan Pasar.....	30
Tabel 2.6 Strategi untuk Setiap Posisi Bisnis .....	31
Tabel 2.7 Penelitian Tedahulu.....	34
Tabel 3.1 Daftar Restoran Sunda Kelas A Kota Bandung .....	39
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel .....	40
Tabel 3.3 Sumber Data Penelitian.....	43
Tabel 4.1 Alat, Bahan dan Proses Produksi <i>Bamboo Straw</i> .....	47
Tabel 4.2 Daftar Narasumber dan Responden .....	48
Tabel 4.3 Tanggapan Panelis Ahli terkait Kebijakan Pemerintah .....	50
Tabel 4.4 Tanggapan Panelis Umum terkait Kebijakan Pemerintah .....	51
Tabel 4.5 Peraturan Pemerintah tentang Penggunaan Plastik.....	51
Tabel 4.6 Tanggapan Panelis Ahli terkait Dukungan Kebijakan Pemerintah.....	53
Tabel 4.7 Tanggapan Panelis Umum terkait Dukungan Kebijakan Pemerintah... 54	
Tabel 4.8 Tanggapan Panelis Ahli terkait Penggunaan Sedotan Plastik.....	55
Tabel 4.9 Tanggapan Panelis Umum terkait Penggunaan Sedotan Plastik.....	55
Tabel 4.10 Tanggapan Panelis Ahli terkait Kelayakan <i>Bamboo Straw</i> .....	56
Tabel 4.11 Tanggapan Panelis Umum terkait Kelayakan <i>Bamboo Straw</i> .....	56
Tabel 4.12 Tanggapan Panelis Ahli terkait Dampak Sedotan Plastik.....	57
Tabel 4.13 Tanggapan Panelis Umum terkait Dampak Sedotan Plastik.....	58
Tabel 4.14 Tanggapan Panelis Ahli terkait <i>Bamboo Straw</i> .....	60
Tabel 4.15 Tanggapan Panelis Umum terkait <i>Bamboo Straw</i> .....	60
Tabel 4.16 Perbandingan Waktu Urai Material Bambu.....	61
Tabel 4.17 Hasil Penjualan <i>Bamboo Straw</i> .....	62



Tabel 4.18 Hasil Wawancara Faktor Internal .....	64
Tabel 4.19 Analisis Faktor Internal.....	70
Tabel 4.20 Tabel IFAS .....	71
Tabel 4.21 Hasil Wawancara Faktor Eksternal.....	73
Tabel 4.22 Analisis Faktor Eksternal .....	75
Tabel 4.23 Tabel EFAS.....	75
Tabel 4.24 Matrix SWOT .....	77
Tabel 4.25 Urutan Prioritas Alternatif Strategi .....	80
Tabel 4.26 Uji Daya Terima Panelis Ahli (Pertanyaan 1) .....	83
Tabel 4.27 Uji Daya Terima Panelis Umum (Pertanyaan 1) .....	84
Tabel 4.28 Uji Daya Terima Panelis Ahli (Pertanyaan 2) .....	85
Tabel 4.29 Uji Daya Terima Panelis Umum (Pertanyaan 2) .....	85
Tabel 4.30 Uji Daya Terima Panelis Ahli (Pertanyaan 3) .....	86
Tabel 4.31 Uji Daya Terima Panelis Umum (Pertanyaan 3) .....	86
Tabel 4.32 Uji Daya Terima Panelis Ahli (Pertanyaan 4) .....	87
Tabel 4.33 Uji Daya Terima Panelis Umum (Pertanyaan 4) .....	88
Tabel 4.34 Uji Daya Terima Panelis Ahli (Pertanyaan 5) .....	89
Tabel 4.35 Uji Daya Terima Panelis Umum (Pertanyaan 5) .....	89
Tabel 4.36 Uji Daya Terima Panelis Ahli (Pertanyaan 6) .....	90
Tabel 4.37 Uji Daya Terima Panelis Umum (Pertanyaan 6) .....	90
Tabel 4.38 Uji Daya Terima Panelis Ahli (Pertanyaan 7) .....	91
Tabel 4.39 Uji Daya Terima Panelis Umum (Pertanyaan 7) .....	92
Tabel 4.40 Uji Daya Terima Panelis Ahli (Pertanyaan 8) .....	93
Tabel 4.41 Uji Daya Terima Panelis Umum (Pertanyaan 8) .....	94
Tabel 4.42 Uji Daya Terima Panelis Ahli (Pertanyaan 9) .....	95
Tabel 4.43 Uji Daya Terima Panelis Umum (Pertanyaan 9) .....	95
Tabel 4.44 Daya Tahan <i>Bamboo Straw</i> .....	96
Tabel 4.45 Uji Daya Terima Panelis Ahli (Pertanyaan 10) .....	96
Tabel 4.46 Uji Daya Terima Panelis Umum (Pertanyaan 10) .....	97
Tabel 4.47 Uji Daya Terima Panelis Ahli (Pertanyaan 11) .....	98
Tabel 4.48 Uji Daya Terima Panelis Umum (Pertanyaan 11) .....	98
Tabel 4.49 Uji Daya Terima Panelis Ahli (Pertanyaan 12) .....	99

Tabel 4.50 Uji Daya Terima Panelis Umum (Pertanyaan 12).....	100
Tabel 4.51 Uji Daya Terima Panelis Ahli (Pertanyaan 13).....	101
Tabel 4.52 Uji Daya Terima Panelis Umum (Pertanyaan 13).....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsep Pentahelix.....	2
Gambar 2.1 Komponen Gastronomi .....	16
Gambar 2.2 <i>Aseupan</i> .....	19
Gambar 2.3 <i>Ayakan</i> .....	19
Gambar 2.4 <i>Boboko</i> .....	19
Gambar 2.5 <i>Cecempeh</i> .....	19
Gambar 2.6 <i>Hihid</i> .....	19
Gambar 2.7 <i>Jubung</i> .....	19
Gambar 2.8 <i>Kekeb</i> .....	19
Gambar 2.9 <i>Kolanding</i> .....	19
Gambar 2.10 <i>Pipiti</i> .....	19
Gambar 2.11 Konsep <i>Zero Waste</i> Purwati.....	20
Gambar 2.12 Konsep <i>Zero Waste</i> Maurilla .....	21
Gambar 2.13 Bambu Duri.....	22
Gambar 2.14 Bambu Buluh.....	22
Gambar 2.15 Bambu Tamiang .....	22
Gambar 2.16 Bambu Kuning .....	22
Gambar 2.17 Bambu Apus.....	22
Gambar 2.18 Bambu Legi.....	22
Gambar 2.19 Bambu Cina.....	22
Gambar 2.20 Komponen Lingkungan Internal .....	27
Gambar 2.21 Komponen Produk .....	28
Gambar 2.22 Komponen Lingkungan Eksternal.....	27
Gambar 2.23 Matrix IE .....	28
Gambar 2.24 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	35
Gambar 4.1 Badranaya Craft.....	45
Gambar 4.2 Foto Pameran Badranaya Craft .....	46
Gambar 4.3 Sedotan Bambu .....	46
Gambar 4.4 Foto Gelas Bambu .....	46
Gambar 4.5 Foto Termos Bambu.....	46

Gambar 4.6 Foto Pisau Bambu .....	46
Gambar 4.7 Foto Sendok Bambu .....	46
Gambar 4.8 Analisis matrix IE.....	76
Gambar 4.9 Rekomendasi Design Kemasan.....	81
Gambar 4.10 Rekomendasi Kemasan Tampak Depan.....	81
Gambar 4.11 Rekomendasi Kemasan Bambu.....	82

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Kurniawan. (2012). *Asal Usul Tanaman Bambu*. Retrieved from <http://www.neraca.co.id/article/8948/asal-usul-tanaman-bambu>
- Andini, N. (2015). *Pengaruh Green Marketing, Brand Awareness terhadap Purchase Intention Air Minum dalam Kemasan Merk Ades*. UNDIP.
- Anonim. (2018). *Green Product Award Winners 2018*. Retrieved from <http://www.hktdc.com/mis/pm/en/s/product-magazine-magazine-worldofgreen.html>
- Apriansyah, I. O. (2018). *Ini Bahaya Minum Menggunakan Sedotan Plastik bagi Tubuh*. Retrieved from <https://jogja.tribunnews.com/2018/04/21/ini-bahaya-minum-menggunakan-sedotan-plastik-bagi-tubuh>
- Associate, A. M. (1975). *Green Marketing*. Retrieved from <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=G>
- Barrows, Reynolds, P. (2011). *Introduction to Management in the Hospitality Industry* (10th ed.).
- Basoni, S. P. (2018). *Minum Pakai Sedotan Plastik Bisa Bahayakan Kesehatan, Ini Sebabnya*, p. 2. Retrieved from <https://food.detik.com/info-sehat/d-3866105/minum-pakai-sedotan-plastik-bisa-bahayakan-kesehatan-ini-sebabnya>
- Borenstein, S. (2018). *Science Says: Amount of straws, plastic pollution is huge*. *Phys.Org*. Retrieved from <https://phys.org/news/2018-04-science-amount-straws-plastic-pollution.html#jCp>
- CNN. (n.d.). *Waktu Urai Sampah. 2015*. Retrieved from [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com)
- Crotts, J. C. (2006). *Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourist Experience*. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- D'Souza, C. (2004). *An Introduction To Green Marketing*. *Electronic Green Journal*, 1(2).
- Damanik, J. dkk. (2006). *Perencanaan Ekowisata* (1st ed.). Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

- Disparbud. (2009). *Undang-undang No. 10 tentang Kepariwisataaan. Mycological Research*, 113(2), 207–221.
- Disparbud. (2018). *data restoran kelas talam bandung*. Bandung.
- Ekadjati, E. S. (2005). *Kebudayaan Sunda* (2nd ed.). Bandung: PT Dunia Pustaka Jaya.
- F. Winarno. (2006). *Pengantar Teknologi Pangan*. Jakarta: Gramedia.
- Gheorghe, G., Tudorache, P., & Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic Tourism, a New Trend for Contemporary Tourism?, 9(1), 12–21.
- Herdiana CA. (2009). *Banda Pangaboga Ki Sunda*. Bandung: Yayasan Rabul Khoer Al-Islami.
- Hoegh-Guldberg, O., Cai, R., Poloczanska, E. S., Brewer, P. G., Sundby, S., Hilmi, K., ... Jung, S. (2015). Plastic waste inputs from land into ocean. *Climate Change 2014: Impacts, Adaptation and Vulnerability: Part B: Regional Aspects: Working Group II Contribution to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*, (September 2014), 1655–1734. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415386.010>
- Hurriyanti, R. (2010). *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen* (3rd ed.). Bandung: CV. Alfabeta.
- Hvenegaard, G. T. (2002). *Using Tourist Typologies for Ecotourism*, 1(1), 7–18.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Jatnika Nanggamiharja. (2015). *Bambu Adalah Tanaman Masa Depan*. Jakarta. Retrieved from <http://www.medcofoundation.org/bambu-adalah-tanaman-masa-depan/>
- Komariah, A. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler. (2012). *Principles of Marketing*.
- Krisdianto. (2000). [ No Title ]. *Animal Genetics*, 39(5), 561–563.
- Kusmayadi. (2004). *Statistika Pariwisata Deskriptif* (1st ed.). Jakarta: PT

Gramedia Pustaka Utama.

Lako, A. (2015). *Green Economy*. Jakarta: Erlangga.

Lazuardi, M., & Triady, M. S. (2011). *Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*.

LUBIS, A. N. (2004). *STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN BISNIS*. Medan.

Maurilla. (2018). *What is Zero Waste?* Jakarta. Retrieved from <https://zerowaste.id/knowledge/what-is-zero-waste-anyway/#>

Menkeu. (2003). *Klasifikasi Lapangan Usaha Wajib Pajak*.

Mulyana, F. (2018, December 10). *Kenapa Sedotan Plastik Berbahaya bagi Lingkungan?* *Teknologi.Id*, p. 1. Retrieved from <https://teknologi.id/trending/kenapa-sedotan-plastik-berbahaya-bagi-lingkungan/>

Nazir, M. (2009). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Ningsih, Sudono, C. (2014). *Development Strategy of Gastronomy Product in Bandung*, 1.

PD.Kebersihan. (2016). *Komposisi sampah kota Bandung*, (1), 2016.

Permenparekraf. (2014). *Standar Usaha Restoran*.

PHRI. (2016). *Restoran Sunda*.

Prabu Mangkunegara, D. A. A. A. (2005). *Perilaku Konsumen* (Ketiga). Bandung: PT. Refika Aditama.

Prasnowo, A. (2017). *Kajian Pemberdayaan Masyarakat Dengan Teknologi Tepat Guna ( Produksi Kajian Pemberdayaan Masyarakat Dengan Teknologi Tepat Guna ( Produksi Olahan Bambu )*, (September 2012).

Purwati, T. (2017). *PENGGUNAAN PERALATAN DENGAN TEKNOLOGI RAMAH LINGKUNGAN*.

- Rahmani, N. S. (n.d.). *Perkembangan Psikologi Masa Kini*. Yogyakarta: UGM.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (14th ed.). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Render, H. &. (2006). *Operational Management International* (7th ed.).
- Rufaidah, P. (n.d.-a). *Manajemen Strategik* (1st ed.). Bandung: Universitas Padjajaran.
- Rufaidah, P. (n.d.-b). *Manajemen Strategik* (1st ed.). Bandung: Universitas Padjajaran.
- Rustanto, B. (2015). *Penelitian Kualitatif Pekerjaan Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Saputra, E. (2018). *Indonesia Jadi Surga Belanja dan Kuliner Dunia*. 30 Juli. Retrieved from <https://jpp.go.id/ekonomi/pariwisata/323389-menpar-arief-yahya-indonesia-jadi-surga-belanja-dan-kuliner-dunia>
- Sastradipoera, K. (2003). *Manajemen Marketing* (1st ed.). Bandung: Penerbit Kappa-Sigma.
- Setyaningrum dkk, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Maya, Ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Setyorini, H., & Santoso, I. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM ( Studi Kasus : Restoran WS Soekarno Hatta Malang ) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM ( Case Study : WS Restaurant Soekarno Hatta Malang )*, 5(1), 46–53.
- Shinta, I. A. (2016). *Manajemen Pemasaran*. <https://doi.org/10.1016/j.electacta.2014.10.067>
- Siagian, P. D. S. (2004). *Manajemen Strategi* (5th ed.). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, R. R. (2014). *Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean*. Kementreian Keuangan Republik Indonesia, 1–32. <https://doi.org/10.9790/0853-14488791>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.



- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian (I)*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Tjiptono, F. dkk. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Turgarini, D. (2017). *Gastronomy Tourism Attraction in Ternate City*, 28(Ictgtd 2016), 90–96.
- Turgarini, D. (2018). *Gastronomi Sunda sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung*. Yogyakarta.
- UNPAD. (n.d.). *GEOPARK CILETUH-PALABUHANRATU MENUJU UNESCO GLOBAL GEOPARK bagaimana UNPAD berkontribusi?*, 3.
- UNWTO. (2008). *Glossary of tourism terms 1*, (34), 1–13.
- UNWTO. (2015). *Tourism and the Sustainable Development Goals How Tourism can contribute*, 1–2.
- Utama, D. iGusti B. R. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Utama, R., Bagus, G., Dhyana, U., Bali, P., Development, T. H. E., Indigenous, O. F., ... Bagus, G. (2016). Dr . I Gusti Bagus Rai Utama , SE ., M . MA ., MA ., (September). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.36451.96804>
- Widjaya, B. (2009). *Lifestyle Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Widodo, W. S. (2016). *Menpar Ingin Sektor Pariwisata Jadi Core Business Indonesia*. 12 September. Retrieved from <https://travel.detik.com/travel-news/d-3296338/menpar-ingin-sektor-pariwisata-jadi-core-business-indonesia>
- Yahya, A. (2018). *Sustainable Tourism Development*. 11 Juli. Retrieved from <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=193&id=4402>
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.