

No. Daftar FPIPS: 2509/UN40.F2.10/PT/2021

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP  
EKSISTENSI KUDAPAN KUKUS TRADISIONAL SUNDA DI KOTA  
BANDUNG DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI  
VARIABEL *INTERVENING***

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana  
Pariwisata (S.Par)



oleh

Minarsih

1703259

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
2021**

Minarsih, 2021  
*PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP EKSISTENSI KUDAPAN KUKUS TRADISIONAL  
SUNDA DI KOTA BANDUNG DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*

**LEMBAR HAK CIPTA**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP EKSISTENSI  
KUDAPAN KUKUS TRADISIONAL SUNDA DI KOTA BANDUNG  
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL  
*INTERVENING***

oleh  
Minarsih  
1703259

Skripsi diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar  
Sarjana Pariwisata  
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Minarsih  
Universitas Pendidikan Indonesia  
2021

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak dengan dicetak ulang, difotokopi atau cara  
lainnya baik hanya sebagian ataupun seluruhnya tanpa ijin dari penulis.

Minarsih, 2021  
***PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP EKSISTENSI KUDAPAN KUKUS TRADISIONAL  
SUNDA DI KOTA BANDUNG DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING***

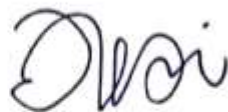
**LEMBAR PENGESAHAN**

**MINARSIH**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP  
EKSISTENSI KUDAPAN KUKUS TRADISIONAL SUNDA DI KOTA  
BANDUNG DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI  
VARIABEL *INTERVENING***

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



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

NIP: 19700320.200812.2001

Pembimbing II



Ilham Fajri, MM.Par

2018.1.040388.053

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Manajemen Industri Katering



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

NIP: 19700320.200812.2001

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Minarsih

NIM : 1703259

Jurusan : Manajemen Industri Katering

Fakultas : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Eksistensi Kudapan Kukus Tradisional Sunda Di Kota Bandung dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening*

Saya dengan ini menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain. Adapun pengutipan dalam skripsi ini dilakukan dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran etika keilmuan dalam skripsi ini yang tidak sesuai, saya siap menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Bandung, 16 Juli 2021



Minarsih

NIM 1703259

Minarsih, 2021

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP EKSISTENSI KUDAPAN KUKUS TRADISIONAL SUNDA DI KOTA BANDUNG DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya yaitu berupa kesehatan, keselamatan, kemudahan dan kelancaran selama menyusun laporan skripsi ini, yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Eksistensi Kudapan Kukus Tradisional Sunda Di Kota Bandung dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel *Intervening*”. Sholawat serta salam senantiasa tercurah limpah kepada Nabi Muhammad SAW.

Adapun tujuan dibuatnya laporan skripsi ini yaitu untuk memenuhi syarat kelulusan serta memperoleh gelar Sarjana Pariwisata (S.Par). Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulis dapat memperbaikinya dan menjadi lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Penulis berharap laporan skripsi ini dapat diterima oleh Bapak dan Ibu dosen sekalian.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih dan mohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan yang ada pada laporan skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Bandung, 16 Juli 2021



Minarsih

NIM : 1703259

## Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan skripsi ini:

1. Prof. Dr. H. M Solehuddin, M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Dr. Agus Mulyana, M.Hum., selaku Dekan FPIPS UPI Bandung yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
3. Dr. Dewi Turgarini, S.S., MM.Par, selaku ketua Program Studi Manajemen Industri Katering dan selaku dosen Pembimbing I yang telah memberikan izin, arahan dan bimbingan dalam melakukan penelitian ini sehingga dapat berjalan dengan lancar.
4. Ilham Fajri, MM.Par, selaku dosen Pembimbing II, atas arahan, bimbingan, dan dorongan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Woro Priatini, S.Pd., M.Si., selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penulis menyelesaikan studi di Program Studi Manajemen Industri Katering UPI Bandung.
6. Seluruh staf dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta motivasi kepada penulis selama masa studi.
7. Kedua orang tua yang telah memberi dukungan berupa dorongan semangat, doa, bantuan baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menjalankan studi dengan baik dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan, Mahasiswa Program Studi Manajemen Industri Katering Tahun Angkatan 2017 atas kerjasamanya.
9. Alumni Program Studi Manajemen Industri Katering Tahun angkatan 2016 yang telah memberikan pemahaman terkait penyusunan laporan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah bersedia membantu dalam penyusunan laporan ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberi balasan yang berlipat ganda atas kebaikan yang telah diberikan. Aamiin.

## Abstrak

**Minarsih, Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Eksistensi Kudapan Kukus Tradisional Sunda di Kota Bandung dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel *Intervening*. Dr. Dewi Turgarini, S.S., MM.Par sebagai pembimbing pertama dan Ilham Fajri, MM.Par sebagai pembimbing kedua.**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena maraknya penggunaan media sosial instagram sebagai media pemasaran produk kuliner. Gencarnya promosi beragam produk kuliner yang salah satunya adalah makanan modern dapat menjadi ancaman bagi eksistensi dan minat masyarakat dalam mengkonsumsi kudapan kukus tradisional Sunda. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui eksistensi kudapan kukus tradisional Sunda melalui media sosial instagram, serta mengetahui pengaruh antar variabel yang diteliti. Teori yang digunakan pada penelitian ini merujuk pada studi literatur penelitian terdahulu mengenai media sosial instagram, eksistensi dan keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif, yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pada 96 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara langsung media sosial instagram berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien 0,439 dan nilai signifikansi 0,000. Secara langsung media sosial instagram berpengaruh signifikan terhadap eksistensi dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,505 dan nilai signifikansi 0,000. Keputusan pembelian terhadap eksistensi secara langsung berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien sebesar 0,467 dengan nilai signifikan 0,000. Serta Pengaruh media sosial instgaram terhadap eksistensi melalui keputusan pembelian yaitu sebesar 0,205 maka dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan pembelian mampu memediasi variabel media sosial instagram dengan variabel eksistensi.

Kata kunci: media sosial instagram, eksistensi, keputusan pembelian

## *Abstract*

***Minarsih, The Influence of Social Media Instagram on the Existence of Sundanese Traditional Steamed Snacks in Bandung City with Purchasing Decision as an Intervening Variable. Dr. Dewi Turgarini, S.S., MM.Par as the first mentor and Ilham Fajri, MM.Par as the second mentor.***

*This research is motivated by the phenomenon of the widespread use of social media Instagram as a media for marketing of culinary products. The incessant promotion of various kinds of culinary products, one of which is modern food, which is a threat to the existence and interest of the public consuming Sundanese traditional steamed snacks. The purpose of this study is to determine the existence of traditional Sundanese steamed snacks through social media instagram, and to determine the influence between the variables studied. The theory used in this study refers to previous research literature studies regarding social media instagram, existence and purchasing decisions. The method used in this research is quantitative with a assosiative descriptive approach, which is done by distributing questionnaires to 96 respondents. The results showed that social media instagram directly had a significant effect on purchasing decisions with a coefficient value of 0.439 and a significance value of 0.000. Directly social media instagram has a significant effect on existence with a path coefficient value of 0.505 and a significance value of 0.000. The purchase decision on existence directly has a significant effect with a coefficient value of 0.467 with a significant value of 0.000. As well as the influence of social media instagram on existence through purchasing decisions, which is 0,205, it can be concluded that the purchasing decision variable is able to mediate the Instagram marketing variable with the existence variable.*

*Keyword: social media instagram, existence, purchasing decision.*



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
Ucapan Terima Kasih.....	ii
Abstrak .....	iii
<i>Abstract</i> .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian .....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	10
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1. Manfaat Akademisi .....	10
1.4.2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN TEORITIS .....	12
2.1. Landasan Teoritis .....	12
2.1.1. Pariwisata .....	12
2.1.2. Wisata Kuliner.....	15
2.1.3. Makanan Tradisional .....	15
2.1.4. Kudapan Kukus Tradisional Sunda .....	21
2.1.5. <i>Inventory</i> Kudapan Kukus Tradisional Sunda.....	22
2.1.6. Eksistensi.....	26
2.1.7. Media Sosial .....	28
2.1.8. Media Sosial <i>Marketing</i> .....	28
2.1.9. Media Sosial Instagram .....	30
2.1.10. Keputusan Pembelian .....	31
2.2. Penelitian Terdahulu .....	33
2.3. Kerangka Penelitian .....	35
BAB III METODE PENELITIAN .....	38
3.1. Objek Penelitian.....	38
3.2. Metode Penelitian .....	38
3.2.1. Jenis dan Metode Penelitian .....	38

3.2.2.	Operasional Variabel .....	39
3.2.3.	Jenis dan Sumber Data .....	42
3.2.4.	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	43
3.2.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.2.6.	Instrumen Penelitian .....	46
3.2.7.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	47
3.2.9.	Teknik Analisis Data .....	50
BAB IV PEMBAHASAN.....		54
4.1.	Deskripsi Lokasi Penelitian .....	54
4.1.1.	Kota Bandung .....	54
4.1.2.	Kondisi Geografis Kota Bandung .....	54
4.1.3.	Kependudukan Kota Bandung.....	55
4.2.	Deskripsi Responden .....	56
4.2.1.	Data Responden Terkait Jenis Kelamin .....	56
4.2.2.	Data Responden Terkait Usia .....	57
4.2.3.	Data Responden Terkait Daerah Asal .....	57
4.2.4.	Data Responden Terkait Pendidikan Terakhir .....	58
4.2.5.	Data Responden Terkait Jenis Pekerjaan .....	59
4.2.6.	Data Responden Terkait Pendapatan.....	60
4.3.	Deskripsi Variabel Penelitian .....	60
4.3.1.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	60
4.3.2.	Hasil Analisis Deskriptif .....	63
4.3.3.	Uji Hipotesis.....	71
4.4.	Pembahasan Uji Hipotesis .....	79
4.4.1.	Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian .	79
4.4.2.	Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Eksistensi.....	80
4.4.3.	Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Eksistensi.....	82
4.4.4.	Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Eksistensi Melalui Keputusan Pembelian .....	83
BAB V KESIMPULAN.....		86
5.1.	Kesimpulan .....	86
5.2.	Saran .....	87
DAFTAR PUSTAKA .....		88
LAMPIRAN.....		93

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung Tahun 2011-2018.....	2
Tabel 1.2 Daftar Akun Instagram Kuliner Kota Bandung .....	7
Tabel 1.3 Daftar Akun Instagram yang Menjual Kudapan Tradisional di Kota Bandung.....	8
Tabel 2.1 Daftar Kudapan Kukus Tradisional Sunda .....	22
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel .....	38
Tabel 3.2 Skala Instrumen .....	44
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian .....	45
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel X (Media Sosial Instagram).....	46
Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Z (Keputusan Pembelian) .....	46
Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel Y (Eksistensi) .....	46
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas .....	47
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Kota Bandung Tahun 2016 - 2020.....	56
Tabel 4.2 Data Responden Terkait Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.3 Data Responden Terkait Usia .....	57
Tabel 4.4 Data Responden Terkait Daerah Asal.....	58
Tabel 4.5 Data Responden Terkait Pendidikan Terakhir.....	59
Tabel 4.6 Data Responden Terkait Jenis Pekerjaan.....	59
Tabel 4.7 Data Responden Terkait Pendapatan .....	60
Tabel 4.8 Uji Normalitas Model I.....	61
Tabel 4.9 Uji Normalitas Model II .....	61
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Eksistensi Kudapan Kukus Tradisional Sunda .....	63
Tabel 4.11 Kelas Interval Eksistensi Kudapan Kukus Tradisional Sunda.....	69
Tabel 4.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Eksistensi Macam-macam Kudapan Kukus Tradisional Sunda .....	70
Tabel 4.13 Rekapitulasi Eksistensi Kudapan Kukus Tradisional Sunda Di Kota Bandung Menurut Pilihan Responden .....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji T Model I.....	72
Tabel 4.15 Hasil Uji T Model II .....	72

Tabel 4.16 Koefisien Determinasi Model I.....	73
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi Model II .....	73
Tabel 4.18 Uji F Model I .....	74
Tabel 4.19 Uji F Model II.....	74
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Analisis Jalur Model I.....	76
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Analisis Jalur Model II.....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia 2009-2019 .....	1
Gambar 1.2 Grafik Pengetahuan Masyarakat Terkait Jenis-Jenis Kudapan Kukus Tradisional Sunda Tahun 2020 .....	4
Gambar 1.3 Grafik Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia Tahun 2020 .....	5
Gambar 1.4 Grafik Hasil Pra Penelitian yang Dilakukan Penulis Tahun 2020 .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Eksistensi Kudapan Kukus Tradisional Sunda di Kota Bandung Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening .....	35
Gambar 3.1 Garis Kontinum .....	51
Gambar 3.2 Model Regresi I .....	53
Gambar 3.3 Model Regresi II .....	53
Gambar 4.1 Peta Kota Bandung .....	55
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas Model I .....	62
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas Model II .....	62
Gambar 4.4 Garis Kontinum Indikator Pola Makan .....	66
Gambar 4.5 Garis Kontinum Indikator Ketersediaan Produk .....	66
Gambar 4.6 Garis Kontinum Indikator Pemasaran .....	67
Gambar 4.7 Garis Kontinum Indikator Waktu Penyajian .....	67
Gambar 4.8 Diagram Jalur Model I .....	76
Gambar 4.9 Diagram Jalur Model II .....	77
Gambar 4.10 Infografis Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Kudapan Kukus Tradisional Sunda di Kota Bandung ..	79
Gambar 4.11 Infografis Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Eksistensi Kudapan Kukus Tradisional Sunda di Kota Bandung .....	81
Gambar 4.12 Infografis Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Eksistensi Kudapan Kukus Tradisional Sunda di Kota Bandung .....	82
Gambar 4.13 Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Eksistensi Melalui Keputusan Pembelian Kudapan Kukus Tradisional Sunda di Kota Bandung .....	83

Gambar 4.14 Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Eksistensi Kudapan  
Kukus Tradisional Sunda di Kota Bandung dengan Keputusan  
Pembelian sebagai Variabel *Intervening* ..... 84

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhiansyah, A., Sudono, A., & Rizkyanfi, M. W. (2020). The Influence of Marketing Mix and Customer Purchasing Decision Process on Customer Satisfaction. *Gastronomy Tourism Journal*, 7(September), 46–58. <https://doi.org/10.2991/atf-16.2016.82>
- Adiasih, P., & Brahmana, R. K. M. R. (2017). Persepsi Terhadap Makanan Tradisional Jawa Timur: Studi Awal Terhadap Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Surabaya. *Kinerja*, 19(2), 114. <https://doi.org/10.24002/kinerja.v19i2.538>
- Akdon, & Riduwan. (2013). *Rumus dan Data Statistika*. Alfabeta.
- Andayani, S. wahyu. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Mengonsumsi Makanan Tradisional. *Skripsi*, 65–71.
- Ardiwidjaja, R. (2018). *Arkeowisata Mengembangkan Daya Tarik Pelestarian Warisan Budaya* (1st ed.). Deepublish.
- Balakrishnan, B. K. P. D., Dahnil, M. I., & Yi, W. J. (2014). The Impact of Social Media Marketing Medium toward Purchase Intention and Brand Loyalty among Generation Y. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148(August 2014), 177–185. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.032>
- Besra, E. (2012). Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 12(1), 74–101.
- Conlon, C. T., & Mortimer, J. H. (2012). Effects of Product Availability: Experimental Evidence. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1705371>
- Dewi, A. M. (2018). *Pengaruh Iklan Online Melalui Insatgram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal*. 3(1), 1–22.
- Fajri, I. (2018). Strategi Peningkatan Penjualan Makanan Tradisional Sunda Melalui Daya Tarik Produk Wisata Kuliner di The Jayakarta Bandung Suite Hotel & Spa. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 45. <https://doi.org/10.17509/thej.v8i1.11689>
- Fauza, M. (2017). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Eksistensi Ritel Tradisional Dalam Menghadapi Ritel Modern Di Kecamatan Medan Amplas. *At-Tawassuth*, 2(1), 146–169.
- Gardjito, M., Putri, R. G. P., & Dewi, S. (2017). *Profil Struktur Bumbu dan Bahan dalam Kuliner Indonesia* (1st ed.). ilustrasi.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS 23*.

- Giantara, M. S., & Santoso, J. (2016). Pengaruh Budaya, Sub Budaya, Kelas Sosial, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Perilaku Keputusan Pembelian Kue Tradisional Oleh Mahasiswa Di Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minutes Social Media Marketing*.
- Hadiyanayah, Y. N. (2016). Leksikon Makanan Tradisional Sunda Di Kabupaten Kuningan (Kajian Etnolinguistik). *Lokabasa*, 7(1), 94. <https://doi.org/10.17509/jlb.v7i1.3425>
- Harsana, M., Baiquni, M., Harmayani, E., & Widyaningsih, Y. A. (2019). Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng Sebagai Daya Tarik Wisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Home Economics Journal*, 2(2), 40–47. <https://doi.org/10.21831/hej.v2i2.23291>
- Hidayatulloh, M. H. (2020). Kemenarikan Promosi, Efektifitas Branding Image, Dan Daya Beli Produk Terhadap Eksistensi Produk. *Journal Universitas Muhammadiyah Semarang*, 148–162.
- Huda, M., & Prasetyo, A. (2020). Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Pada Umkm Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika*, 8(2), 14–24.
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata* (1st ed.). Gerbang Media Aksara dan STiPrAm Yogyakarta.
- Kasmana, & Maulina, R. (2014). *Aplikasi Konsep Kemasan Makanan Tradisional Sunda Pada Kemasan Oleh-Ole Bandung*. UNIKOM.
- Kerly, G. L. (2017). Factors Influencing the Existence Tinutuan Culinary in Eating Pattern among Families in Manado, North Sulawesi. In *2nd International Conference on Public Health 2017* (p. 164). <https://doi.org/10.26911/theicph.2017.082>
- Kotler, P., & Amatrang, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Krzyzan, M. S. (2019). The Use Of Social Media By Young Consumers In Purchasing Processes. *MINIB, Marketing of Scientific and Research Organizations*, 31(1), 83–108. <https://doi.org/10.2478/minib-2019-0014>
- Kumar, J., Konar, R., & Balasubramanian, K. (2020). The Impact of Social Media on Consumers' Purchasing Behaviour in Malaysian Restaurants. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, VIII(3), 197–216. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9817-4>
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–7.



- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Lawi, G. F. K. (2020). *Instagram jadi Platform Andalan untuk Pemasaran Sepanjang 2021*. *Bisnis.Com*. <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20201231/88/1337426/instagram-jadi-platform-andalan-untuk-pemasaran-sepanjang-2021>
- Lestiana, N. (2016). *Aktifitas Promosi Kuliner Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Mengenai Aktivitas Promosi Kuliner pada Akun Instagram @kulinerdisolo di Kota Solo)*. 4(1), 64–75.
- Mahardhika, W. B., & Sunariani, N. N. (2019). Strategi Pemasaran Produk Makanan Catering Melalui Media Sosial Instagram. *Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 13–27.
- Mileva, L., & Fauzi, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 190–199.
- Nikolić, A., Uzunović, M., & Spaho, N. (2014). Lifestyle pattern underlying organic and traditional food consumption. *British Food Journal*, 116(11), 1748–1766. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2014-0085>
- Nugroho, S. P., & Hardani, I. P. (2020). Gastronomi Makanan Khas Keraton Yogyakarta Sebagai Upaya Pengembangan Wisata Kuliner. *Jurnal Pariwisata*, 7(1), 52–62. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp52>
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. SIBUKU MEDIA.
- Oda. (2017). *Warisan Budaya Sunda ( Jajanan “ Seupan ” Sebagai Bentuk Kearifan Lokal Warisan Budaya )*.
- Priharto, S. (2020). *Pengertian Sistem Inventory, Manfaat dan Tips Pengelolaannya*. *Accurate.Id*. <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-sistem-inventory-manfaat-serta-tips-pengelolaannya/>
- Pudjihardjo, M. C., & Wijaya, H. (2015). Analisa Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran Di Media Sosial (Studi Pada Pengguna Media Sosial Di Shapeharve). *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2), 361–379. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/3535>
- Purbohastuti, A. . (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi.

*Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.

- Putri, J. A. (2020). Pengaruh Produk, Harga Dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Generasi Millennial Dalam Pembelian Produk Kuliner Tradisional di Pasar Semawis Semarang. *Jurnal Visi Manajemen*, 5(2), 744–757. <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Putri, J. C., Lasmanawati, E., & Setiawati, T. (2019). Pengenalan Tentang Masakan Sunda Di Kalangan Remaja Kecamatan Kiaracondong. *Media Pendidikan, Gizi Dan Kuliner*, 5(1), 40.
- Rahmadani, R., & Ananda, F. (2018). *Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Tokopedia*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/as9wc>
- Rahmalianti, R., Alia, M. N., & Riyadi, D. (2016). *Pelestarian Makanan Tradisional Kejod Sebagai Sumber Karbohidrat Di Desa Tarikolot Kecamatan Jatinunggal Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat*. 4(1), 64–75.
- Ramadhany, N. N., Iskandar, R., & Sudono, A. (2020). An Analysis of The Existence Level of West Javanese Traditional Beverages as Sundanese Cultural Heritage. *Gastronomy Tourism Journal*, 7(December), 20–32.
- Reinhart Abedneju Sondakh, Endang Erawan, & Sarwo Edy Wibowo. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun @Geprekeexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express. *Ilmu Komunikasi*, 7(1), 279–292. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=3812>
- Rivaldi, R. M. (2020). *Analisi Tingkat Eksistensi Kudapan Kukus Tradisional Sunda Di Kota Bandung*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rosita, D., Sudono, A., & Masharyono. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Daun Pisang Bandung. *Gastronomy Tourism Journal*, 3(2), 1–5.
- Samimi, A. J., Sadeghi, S., & Sadeghi, S. (2011). Tourism and Economic Growth in Developing Countries: P-VAR Approach. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 10(1), 28–32. <https://doi.org/10.1080/15113757.2011.568211>
- Sapta, I. K. S., & Landra, N. (2018). *Bisnis Pariwisata* (A. A. P. Agung & I. W. Sujana (eds.)). CV. Noah Aletheia.
- Sara, F. M., Ningsih, C., & Andari, R. (2017). Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Café Infinito Culinary Bandung. *Gastronomy Tourism Journal*, 3(2), 6–18.
- Siswhara, G., Masharyono, & Anggraeny, D. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Instagram Dan Event Terhadap Repurchase Intention Do Cenghar Kopi Kota. *Gastronomy Tourism Journal*, 3(2), 19–26.

- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.); 1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Sjafirah, N. A., & Prasanti, D. (2016). Pengaruh Media Komunikasi Dalam Eksistensi Budaya Lokal Bagi Komunitas Tanah Aksara. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, VI(2), 39–50.
- Soebagyo. (2012). Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Liquidity*, 1(2), 153–158.
- Suarantalla, R., Sudodo, Y., & Hermanto, K. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Eksistensi Ritel Tradisional di Kecamatan Sumbawa Menggunakan Structural Equation Modeling. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 19(2), 185–198. <https://doi.org/10.20961/performa.19.2.44682>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*.
- Sugiyono. (2016). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono, M. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. PT Penerbit IPB Press.
- Surahman, Rachmat, M., & Supardi, S. (2016). *Metodologi Penelitian* (Vol. 4, Issue 1).
- Suryani, I. (2015). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Komunikasi*, 8(April 2014), 123–138.
- Syarifuddin, D., Noor, C. M., & Rohendi, A. (2018). *Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung*. 1(1), 55–64.
- Turgarini, D. (2018). *Gastronomi Sunda Sebagai Atraksi Wisata Di Kota Bandung* (Issue 1). Universitas Gadjah Mada.
- Wahyuni, T. (2015). *Survei: Bandung Kota Terfavorit Wisatawan Se-ASEAN*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150210162426-269-31086/survei-bandung-kota-terfavorit-wisatawan-se-asean>