
Pengaruh Daya Tarik Wisata Kuliner Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pasar Lama Tangerang

Dinda Dwi Septiani, Fifi Nofiyanti*, Nawawi Halik

Institut Pariwisata Trisakti

*fifi.nofiyanti17@iptrisakti.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of culinary tourism attraction on visitor satisfaction at Pasar Lama Tangerang. A quantitative approach with an associative research design was employed. The study population consisted of visitors who had visited Pasar Lama Tangerang, with a sample of 100 respondents selected using the Slovin formula and a probability sampling technique through simple random sampling. Data were collected through questionnaires, observations, and interviews. The culinary tourism attraction variable was measured using four dimensions: product, price, packaging, and assurance, while visitor satisfaction was measured through product quality, price, service quality, and convenience. Data analysis was conducted using SPSS Statistics version 27, including validity and reliability tests, descriptive analysis, simple linear regression, correlation coefficient, coefficient of determination, and partial (t-test) analysis. The results indicated that partial test revealed that culinary tourism attraction had a positive and significant effect on visitor satisfaction. It can be concluded that improving culinary tourism attractions leads to higher visitor satisfaction. Therefore, destination managers and culinary business operators are encouraged to continuously enhance product quality, maintain food hygiene, improve service quality, and develop innovative culinary offerings to increase visitor satisfaction and encourage repeat visits.

Keywords: culinary tourism attraction, visitor satisfaction, culinary tourism

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata kuliner terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di Pasar Lama Tangerang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif. Populasi penelitian adalah wisatawan yang pernah mengunjungi Pasar Lama Tangerang, dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik probability sampling melalui simple random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, dan wawancara. Variabel daya tarik wisata kuliner diukur berdasarkan dimensi produk, harga, kemasan, dan jaminan, sedangkan kepuasan berkunjung diukur berdasarkan kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan kemudahan. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS Statistics versi 27 melalui uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji parsial (uji t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji parsial menunjukkan bahwa daya tarik wisata kuliner berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung. Disimpulkan bahwa semakin baik daya tarik wisata kuliner yang ditawarkan, semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan. Oleh karena itu, pengelola dan pelaku usaha kuliner disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk, menjaga kebersihan, memberikan pelayanan yang lebih baik, serta melakukan inovasi kuliner guna meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong kunjungan ulang.

Kata Kunci: daya tarik wisata kuliner, kepuasan berkunjung, wisata kuliner

PENDAHULUAN

Pertumbuhan sektor pariwisata global terus meningkat dan mendorong perubahan pola perjalanan, motivasi wisatawan, serta pengembangan berbagai jenis destinasi. Indonesia memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata yang didukung oleh kekayaan sumber daya alam, budaya, dan hasil karya manusia. Salah satu sektor yang berkembang pesat adalah wisata kuliner, yang memiliki peran penting karena sebagian besar pengeluaran wisatawan dialokasikan untuk makanan dan minuman. Keberagaman kuliner Indonesia menjadikan wisata kuliner sebagai daya tarik utama sekaligus pendukung pengembangan ekonomi kreatif (United Nations World Tourism Organization, 2019; Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021).

Indonesia memiliki lebih dari 5.000 jenis kuliner tradisional yang mencerminkan kekayaan budaya dan identitas bangsa. Namun, perubahan gaya hidup menyebabkan generasi muda cenderung lebih menyukai makanan asing dibandingkan kuliner lokal. Oleh karena itu, pemerintah melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terus mendorong pelestarian dan promosi kuliner khas daerah, seperti gudeg, pempek, sate lilit, coto Makassar, dan dendeng Padang, sebagai bagian dari upaya memperkuat daya saing pariwisata dan ekonomi kreatif (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2022; Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021).

Wisata kuliner tidak lagi hanya berfokus pada aktivitas menikmati makanan, tetapi juga menjadi sarana untuk mengenal budaya dan tradisi masyarakat setempat. Menurut Rahmawati et al. (2026) dan Sulistiyo et al. (2024), wisatawan tertarik mengunjungi destinasi kuliner untuk memperoleh pengalaman yang autentik melalui makanan khas, tradisi memasak, maupun aktivitas kuliner lainnya. Selain meningkatkan pengalaman wisatawan, wisata kuliner juga berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pelestarian kuliner lokal yang mulai tergerus oleh makanan internasional (Sulistiyo et al., 2024; Rahmawati et al., 2026).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, usaha jasa makanan dan minuman merupakan salah satu jenis usaha pariwisata yang mendukung daya tarik destinasi. Meskipun memiliki prospek yang besar, pengembangan wisata kuliner masih menghadapi berbagai kendala, seperti pengelolaan usaha yang masih tradisional, keterbatasan akses permodalan, rendahnya kualitas sumber daya manusia, serta minimnya inovasi produk (Auliyah & Mona, 2020). Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata kuliner (Auliyah & Mona, 2020).

Salah satu destinasi wisata kuliner yang berkembang pesat adalah Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang yang berlokasi di Jalan Kisamaun, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Popularitas kawasan ini semakin meningkat melalui promosi di media sosial, khususnya TikTok, sehingga mampu menarik banyak wisatawan. Pasar Lama menawarkan beragam makanan dan minuman khas Indonesia maupun mancanegara dengan harga yang terjangkau, berkisar antara Rp5.000 hingga Rp50.000. Keberagaman pilihan kuliner, suasana yang khas, serta kemudahan akses menjadikan Pasar Lama Tangerang sebagai salah satu destinasi wisata kuliner unggulan yang menarik untuk diteliti (Pemerintah Kota Tangerang, 2023; Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021).

TINJAUAN PUSTAKA

Wisata Kuliner

Wisata kuliner merupakan salah satu bentuk kegiatan pariwisata yang berfokus pada pengalaman menikmati makanan dan minuman khas suatu daerah sebagai bagian dari perjalanan wisata yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi wisatawan, tetapi juga memberikan pengalaman budaya, rekreasi, edukasi, serta memperkenalkan identitas suatu daerah melalui kekayaan kulinernya (Almin et al., 2021). Oleh karena itu, wisata kuliner menjadi salah satu sektor yang terus berkembang dan memiliki peran penting dalam mendukung industri pariwisata daerah (Yulianie et al., 2024). Pengembangan wisata kuliner dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas makanan, variasi menu, pelayanan, kebersihan, keamanan, suasana, harga, aksesibilitas, dan fasilitas pendukung, selain meningkatkan pengalaman wisatawan, wisata kuliner juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan pelaku UMKM, serta pelestarian warisan budaya kuliner yang menjadi identitas suatu destinasi wisata (Handrina et al., 2024).

Daya Tarik Wisata Kuliner

Daya tarik wisata kuliner merupakan kemampuan suatu destinasi dalam menarik minat wisatawan melalui keunikan makanan dan minuman khas yang dimiliki. Kuliner lokal tidak hanya menjadi pelengkap aktivitas wisata, tetapi juga menjadi identitas budaya yang mampu memberikan pengalaman autentik kepada wisatawan. Seiring berkembangnya tren pariwisata, wisata kuliner telah menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi untuk dikunjungi (Veronika & Facrureza, 2024). Keberhasilan pengembangan daya tarik wisata kuliner dipengaruhi oleh kualitas produk, harga yang sesuai, kemasan yang menarik, serta jaminan kebersihan dan keamanan produk. Selain itu, inovasi penyajian, pelayanan yang baik, dan kemampuan mengangkat nilai budaya lokal menjadi faktor yang dapat meningkatkan kepuasan wisatawan sekaligus memperkuat daya saing destinasi wisata kuliner (Resmayasari et al., 2025).

Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan merupakan kondisi ketika pengalaman yang diperoleh selama berwisata mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan wisatawan sebelum melakukan perjalanan (Nurbaeti et al., 2022). Kepuasan tersebut terbentuk dari evaluasi terhadap kualitas produk, pelayanan, fasilitas, serta pengalaman yang dirasakan selama berada di destinasi wisata. Semakin tinggi kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diterima, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan wisatawan (Pertiwi et al., 2024). Kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, kemudahan memperoleh layanan, serta kenyamanan selama melakukan aktivitas wisata (Mulyana & Gayatri, 2022). Wisatawan yang merasa puas cenderung memiliki niat untuk melakukan kunjungan ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan menunjukkan loyalitas terhadap destinasi wisata sehingga berdampak positif terhadap keberlanjutan pengembangan pariwisata (Nurbaeti et al., 2022).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis menggunakan analisis statistik. Unit analisis penelitian adalah individu yang pernah mengunjungi kawasan wisata kuliner Pasar Lama Tangerang. Variabel penelitian

terdiri atas daya tarik wisata kuliner (X) sebagai variabel independen dan kepuasan wisatawan (Y) sebagai variabel dependen. Pengumpulan data menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur persepsi responden.

Variabel daya tarik wisata kuliner diukur melalui empat dimensi, yaitu produk, harga, kemasan, dan jaminan, sedangkan kepuasan wisatawan diukur berdasarkan kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan kemudahan. Selain itu, penelitian juga mengumpulkan data karakteristik responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, asal wisatawan, teman perjalanan, dan frekuensi kunjungan.

Populasi penelitian adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke Pasar Lama Tangerang, baik dari wilayah Jabodetabek maupun luar Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan metode simple random sampling. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 100 responden sebagai sampel penelitian.

Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner sebagai data primer, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen dan sumber pendukung. Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan setiap indikator mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten sebelum dilakukan analisis lebih lanjut.

Analisis data dilakukan menggunakan SPSS melalui analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi (R^2), regresi linier sederhana, dan uji t untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata kuliner terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian dilaksanakan selama September–Desember 2024 dengan lokasi penelitian di kawasan Pasar Lama Tangerang, Kota Tangerang, Banten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	26	26%
	Perempuan	74	74%
Usia	17–25 tahun	61	61%
	26–36 tahun	14	14%
	>36 tahun	25	25%
Pendidikan Terakhir	SMP/Sederajat	1	1%
	SMA/Sederajat	69	69%
	Diploma (D1/D2/D3)	7	7%
	D4/S1	20	20%
	S2	3	3%
Penghasilan per Bulan	< Rp1.000.000	43	43%
	Rp1.000.000–Rp3.000.000	22	22%
	> Rp3.000.000	35	35%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	47	47%
	Pegawai Swasta	13	13%
	Pegawai Negeri	6	6%

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Asal Wisatawan	Wiraswasta	4	4%
	Ibu Rumah Tangga	21	21%
	Lainnya	9	9%
	Jabodetabek	89	89%
	Luar Jabodetabek	11	11%
Partner Berkunjung	Sendiri	13	13%
	Bersama Keluarga	45	45%
	Bersama Teman	35	35%
	Lainnya	7	7%
Frekuensi Berkunjung	1 kali	39	39%
	2 kali	24	24%
	3 kali	10	10%
	>3 kali	27	27%

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 27

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden merupakan perempuan (74%), berusia 17–25 tahun (61%), dengan pendidikan terakhir SMA/ sederajat (69%), serta berstatus pelajar/ mahasiswa (47%). Sebagian besar responden memiliki penghasilan kurang dari Rp1.000.000 per bulan (43%), yang menunjukkan dominasi kelompok usia muda yang masih menempuh pendidikan atau belum memiliki pendapatan tetap. Karakteristik ini mengindikasikan bahwa Pasar Lama Tangerang lebih banyak menarik segmen generasi muda yang menjadikan wisata kuliner sebagai aktivitas rekreasi dengan mempertimbangkan variasi makanan, suasana, serta harga yang terjangkau.

Ditinjau dari karakteristik perjalanan, mayoritas responden berasal dari wilayah Jabodetabek (89%), berkunjung bersama keluarga (45%), dan baru pertama kali mengunjungi Pasar Lama Tangerang (39%). Temuan ini menunjukkan bahwa destinasi tersebut memiliki daya tarik yang kuat bagi wisatawan lokal dengan aksesibilitas yang mudah serta berfungsi sebagai destinasi rekreasi keluarga. Dominasi pengunjung yang baru pertama kali datang juga mengindikasikan bahwa Pasar Lama Tangerang mampu menarik wisatawan baru, sehingga peningkatan kualitas daya tarik wisata kuliner dan kepuasan pengunjung menjadi faktor penting untuk mendorong kunjungan ulang serta membangun loyalitas wisatawan.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r- Tabel	r- Hitung	Keterangan
Daya Tarik Wisata Kuliner (X)	X1. Banyak pilihan produk makanan	0,196	0,567	Valid
	X2. Produk makanan unik		0,517	Valid
	X3. Harga sesuai kualitas		0,611	Valid
	X4. Harga sebanding dengan porsi dan rasa		0,690	Valid
	X5. Kemasan praktis dan mudah dibawa		0,739	Valid

Variabel	Indikator	r- Tabel	r- Hitung	Keterangan
Kepuasan Berkunjung (Y)	X6. Kemasan rapi dan aman	0,196	0,743	Valid
	X7. Kebersihan makanan terjamin		0,650	Valid
	X8. Makanan segar dan layak konsumsi		0,773	Valid
	X9. Penjual menjaga kualitas makanan		0,772	Valid
	X10. Penjual bersedia mengganti makanan bermasalah		0,738	Valid
	Y1. Rasa makanan lezat		0,820	Valid
	Y2. Makanan bersih dan higienis		0,822	Valid
	Y3. Toilet bersih dan nyaman		0,747	Valid
	Y4. Area parkir luas dan bersih		0,792	Valid
	Y5. Harga makanan terjangkau		0,817	Valid
	Y6. Puas dengan harga yang ditawarkan	0,196	0,811	Valid
	Y7. Pedagang ramah dan sopan		0,802	Valid
	Y8. Kelengkapan pelayanan tersedia		0,843	Valid
	Y9. Mudah menemukan makanan yang dicari		0,733	Valid
	Y10. Harga tertera dengan jelas		0,660	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 27

Berdasarkan Tabel 2, seluruh butir pernyataan pada variabel Daya Tarik Wisata Kuliner (X) dan Kepuasan Berkunjung (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0,196), sehingga seluruh 20 indikator dinyatakan valid. Nilai korelasi pada variabel X berkisar antara 0,517–0,773, sedangkan pada variabel Y berkisar antara 0,660–0,843, yang menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki hubungan yang memadai hingga sangat kuat dengan skor total variabelnya. Nilai tertinggi terdapat pada indikator kelengkapan pelayanan ($r = 0,843$), sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator keunikan produk makanan ($r = 0,517$), namun masih berada di atas batas minimum validitas. Dengan demikian, instrumen penelitian terbukti mampu mengukur konstruk daya tarik wisata kuliner dan kepuasan berkunjung secara tepat, sehingga seluruh item layak digunakan pada pengujian reliabilitas dan analisis statistik selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's <i>Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Daya Tarik Wisata Kuliner (X)	0,871	0,60	Reliabel
Kepuasan Berkunjung (Y)	0,928	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 27

Berdasarkan Tabel 3, variabel Daya Tarik Wisata Kuliner (X) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,871, sedangkan variabel Kepuasan Berkunjung (Y) memperoleh nilai 0,928. Kedua nilai tersebut lebih besar daripada batas minimum 0,60, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Nilai Cronbach's Alpha yang tinggi menunjukkan bahwa setiap indikator dalam masing-masing variabel memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik dalam mengukur konstruk yang diteliti. Dengan demikian, kuesioner yang digunakan mampu menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya, sehingga layak digunakan sebagai instrumen dalam analisis statistik pada tahap pengujian hipotesis.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.865a	.748	.745	3.25523

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 27

Berdasarkan tabel 4 diketahui nilai koefisien R Square yaitu sebesar 0,748 atau 74,8% maka dapat disimpulkan bahwa 74,8% Kepuasan Berkunjung di pengaruhi oleh Daya Tarik Wisata Kuliner. Sedangkan 25,2% Kepuasan Berkunjung dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Uji Parsial

Model	Unstanddardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	0.602	2.485		0.242	0.809
Daya Tarik Wisata Kuliner	1.004	0.059	0.865	17.054	0.001

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 27

Berdasarkan Tabel 5, variabel Daya Tarik Wisata Kuliner memiliki nilai t-hitung sebesar 17,054 dengan nilai signifikansi 0,001 ($< 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata Kuliner berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Berkunjung, sehingga hipotesis penelitian diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 1,004 menunjukkan bahwa semakin tinggi daya tarik wisata kuliner, maka semakin tinggi pula kepuasan berkunjung wisatawan di Pasar Lama Tangerang.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata kuliner berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung di Pasar Lama Tangerang. Hal ini dibuktikan melalui nilai t-hitung sebesar 17,054 dengan tingkat signifikansi 0,001 ($< 0,05$), yang berarti semakin baik daya tarik wisata kuliner yang dirasakan pengunjung, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh. Daya tarik tersebut tercermin dari keberagaman produk makanan, kesesuaian harga dengan kualitas, kemasan yang praktis, serta jaminan kebersihan dan kualitas makanan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman positif yang diperoleh wisatawan selama menikmati wisata kuliner menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan berkunjung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rijmayanti et al. (2024) yang menemukan bahwa daya tarik wisata kuliner berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata kuliner Kerkof Garut. Selain itu, penelitian Setiawan (2018) juga menunjukkan bahwa citra destinasi dan nilai pengalaman wisata kuliner memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan wisatawan, sehingga kualitas pengalaman di destinasi menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Simanihuruk (2019) yang membuktikan bahwa daya tarik wisata memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada destinasi wisata budaya. Dengan demikian, temuan penelitian ini semakin memperkuat bahwa peningkatan daya tarik destinasi, khususnya pada aspek produk kuliner, kualitas layanan, dan pengalaman wisata, merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan wisatawan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata kuliner berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung di Pasar Lama Tangerang. Hasil uji parsial menunjukkan nilai t-hitung sebesar 17,054 dengan tingkat signifikansi 0,001 ($<0,05$), sehingga hipotesis penelitian diterima. Selain itu, instrumen penelitian telah memenuhi persyaratan kualitas data, di mana seluruh indikator dinyatakan valid dan reliabel. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek daya tarik wisata kuliner, yang meliputi keberagaman produk, kesesuaian harga, kemasan, serta jaminan kualitas makanan, mampu meningkatkan kepuasan wisatawan. Dengan demikian, semakin baik daya tarik wisata kuliner yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan berkunjung wisatawan di Pasar Lama Tangerang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pengelola dan pelaku usaha kuliner di Pasar Lama Tangerang disarankan untuk terus meningkatkan daya tarik wisata kuliner melalui inovasi produk, menjaga kualitas dan kebersihan makanan, mempertahankan harga yang sesuai dengan kualitas, serta meningkatkan kenyamanan dan kualitas pelayanan kepada pengunjung. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan berkunjung, seperti kualitas pelayanan, citra destinasi, fasilitas wisata, atau pengalaman wisata, serta menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dan cakupan wilayah penelitian yang lebih luas agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Almin, M. R., Mustakim, M., & Qomariyah, E. (2021). Pengembangan potensi wisata kuliner lokal dalam menunjang kegiatan pariwisata sektor usaha mikro di kawasan Kendari Beach Kota Kendari. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 334–347. <https://doi.org/10.52423/bujab.v6i2.22203>
- Auliyah, A. & Mona, N. (2020). Pengembangan Kreativitas Kuliner Sebagai Elemen Daya Tarik Wisata Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(3), 189-200. <https://doi.org/10.30647/jip.v25i3.1345>
- Handrina, E., Gusnayetti, G., & Kusuma, D. A. (2024). Dampak Sosiologis Keberadaan Wisata Kuliner Dalam Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora dan Seni*, 2(4), 333-340. DOI:10.62379/jishs.v2i4.1647

-
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tahun 2022*. Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Rencana strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020–2024*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Pertiwi, A., Sujana, N., & Badar, R. (2024). Penataan Kawasan Wisata Kuliner Kota Tangerang di Tinjau dari Smart Branding (Studi Kasus Kawasan Kuliner Pasar Lama). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(2), 215-223. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10477203>
- Mulyana, A., & Gayatri, I. A. M. E. M. (2022). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Ekombis Review Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(1). DOI:10.37676/ekombis.v10i1.1753
- Nurbaeti, N., Amrullah, A., Asmaniaty, F., & Osman, I. E. (2022). Pengaruh Atraksi Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan yang Berdampak pada Minat Kunjung Wisatawan Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 27(3), 328-337. <https://doi.org/10.30647/jip.v27i3.1637>
- Pemerintah Kota Tangerang. (2023). *Pasar Lama Tangerang sebagai destinasi wisata kuliner unggulan*. Pemerintah Kota Tangerang.
- Rahmawati, A., & Sumbawati, S. (2026). Culinary Tourism and Visit Intention at Kukup Beach, Indonesia. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 5(1), 43–52. <https://doi.org/10.56743/ijothe.v5i1.765>
- Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata*. Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Resmayasari, I., Patabang, M., Kristianti, H., & Dewi, H. (2025). Strategi Pengembangan Kuliner Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Berkelanjutan Di Kecamatan Semanu, Gunungkidul. *Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital dan Manajemen*, 4(2), 90-98. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v4i2.7400>
- Rijmayanti, R., Nurhasan, R., & Adiatma, D. (2025). The Influence of Culinary Tourism Attractions on Tourist Satisfaction (Case Study of Kerkof Garut Culinary Tourism). *Educational Journal of History and Humanities*, 7(3), 1434-1441. <https://doi.org/10.24815/jr.v7i3.40986>
- Setiawan, H. (2018). Keterkaitan Antara Citra Destinasi, Persepsi Nilai Pengalaman dan Kepuasan Wisatawan Kuliner. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(3), 523–540. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i3.005>
- Simanihuruk, M. (2019). Tourist Attraction and Tourist Facilities Intentions to Visitor Satisfaction: Case of Sindang Barang Cultural Village. *E-Journal of Tourism*, 6(2), 210-224. <https://doi.org/10.24922/eot.v6i2.53472>
- Sulistiyo, T. D., Gantina, D., Haryono, J., Riyadi, A., & Irfal. (2024). Legendary Culinary Tourism in Jakarta, Indonesia. *Tourism Research Journal*, 8(2), 208-223. <https://doi.org/10.30647/trj.v8i2.263>
- United Nations World Tourism Organization. (2019). *Global report on food tourism*. UNWTO.
- Veronika, N., & Facrura, D. (2024). Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Dalam Meningkatkan Tingkat Kunjungan Wisatawan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM. *Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 7(1), 794-808. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v7i2.10158>
-