

Factors that Influence Tourist Interest in Kolaka Regency Culinary Tourism Destinations

Edi Usman^{1*}, Widya Yusti Handayani², Sagita Trinanda³, Irmayanti⁴, Fahmi Syah⁵

Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah

Corresponding Author: Edi Usman edi.usman092@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Product, Location, Price, Service, Tourist Interest

Received : 5 December

Revised : 17 December

Accepted: 30 January

©2024 Usman, Handayani, Trinanda, Irmayanti, Syah: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This research aims to identify the factors that play a role in influencing tourists' interest in culinary destinations in Kolaka Regency. Research This apply system or approach quantitative. Technique collection data use interview (interview), documentation, observation and questionnaire i(questionnaire). There Were a total of 93 visitors who were sampled in this research, who were part of the tourists visiting culinary destinations in Kolaka Regency who were involved in this research. After that, the information collected was analyzed using the multiple linear regression analysis method. From the results of this research, it is concluded that individually, product and service variables have a significant influence on tourists' interest in culinary destinations in Kolaka Regency. Additionally, simultaneous testingF shows that together these variables significantly influence tourists' interest in culinary tourism in Kolaka

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Terhadap Destinasi Wisata Kuliner Kabupaten Kolaka

Edi Usman^{1*}, Widya Yusti Handayani², Sagita Trinanda³, Irmayanti⁴, Fahmi Syah⁵

Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah

Corresponding Author: Edi Usman edi.usman092@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Produk, Lokasi, Harga, Pelayanan, Minat Wisatawan

Received : 5 December

Revised : 17 December

Accepted: 30 January

©2024 Usman, Handayani, Trinanda, Irmayanti, Syah: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berperan dalam memengaruhi minat para wisatawan terhadap destinasi kuliner di Kabupaten Kolaka. Penelitian ini menerapkan sistem atau pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara (interview), dokumentasi, observasi dan angket (kuesioner). Terdapat total 93 orang pengunjung yang menjadi sampel dalam penelitian ini, yang merupakan bagian dari wisatawan yang berkunjung ke destinasi kuliner di Kabupaten Kolaka yang terlibat dalam penelitian ini. Setelah itu, informasi yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian ini, disimpulkan bahwa secara individu, variabel produk dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat wisatawan terhadap destinasi kuliner di Kabupaten Kolaka. Selain itu, uji simultan F menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel tersebut secara signifikan memengaruhi minat wisatawan terhadap wisata kuliner di Kolaka

PENDAHULUAN

Saat ini, makanan telah menjadi salah satu bentuk atraksi pariwisata yang signifikan pada perkembangan suatu daerah (Agung iArdiansyah, iDjarmiko iWaloejono, iand iSumarwanto i2021). Pariwisata kuliner terus berkembang sebagai kesempatan untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat secara berkelanjutan i(Rahayu, iDiatmika, iand iHaryadi i2022).

Wisata kuliner adalah jenis wisata yang menyajikan beragam layanan dan kegiatan kuliner yang terintegrasi, bertujuan untuk memenuhi keperluan wisatawan dalam hal rekreasi, relaksasi, pembelajaran, dan kesehatan i(Rismiyanto & Danangdjojo, 2015). Daya tarik wisata kuliner menurut i(Kristiana et al., 2018) dalam kategori ini mencakup beragam aktivitas kuliner, kekhasan makanan, kenyamanan serta kebersihan lokasi, desain interior yang aesthetic, pelayanan yang optimal, persaingan yang kompetitif, harga yang sesuai dengan nilai yang diberikan, kesempatan untuk berinteraksi, komunikasi lintas budaya melalui pengalaman kuliner, suasana kebersamaan, suasana yang menarik, serta ragam produk lokal, domestic, dan global.

Fenomena baru dalam industri pariwisata adalah pertumbuhan tren wisata kuliner. Di tahun 1998, konsep wisata kuliner pertama kali diungkapkan oleh Lucy Long, yang menjabat sebagai asisten profesor Food and Culture di Bowling Green State University, Ohio. Dalam pernyataannya wisata kuliner adalah upaya yang dilakukan wisatawan dalam menjelajahi berbagai ragam makanan serta budaya di suatu wilayah tertentu (Muliani, 2019).

Kota Kolaka telah mengalami pertumbuhan pesat dalam sektor kuliner, menambah lebih dari 100 restoran baru yang menawarkan beragam hidangan. Pusat wisata kuliner di Kota Kolaka mulai terbentuk sejak tahun 2016, menjadi destinasi unggulan bagi penduduk lokal dan pengunjung dari berbagai daerah sekitarnya. Pantai Berti telah menjadi inti dari kawasan kuliner ini, meliputi area seluas 1,1 kilometer dengan i62 gerai kuliner yang aktif, menjadikannya pusat kegiatan utama di Kota Kolaka (Makaffan et al., 2023).

Pantai berti merupakan tempat yang sering kali didatangi oleh masyarakat kota kolaka dan para wisatawan terutama pada sore dan malam hari. Keistimewaan pantai ini terletak pada panorama alamnya yang menampilkan pemandangan matahari terbenam di ufuk barat. Terkenal sebagai tempat favorit untuk berkumpul sambil i\ menikmati momen matahari terbenam, Pantai Berti juga menawarkan beragam kuliner setiap harinya (Sulastri, iHasniah, iand iSuraya i2019). " Minat yang tinggi dari wisatawan dalam mengunjungi pantai sebagai destinasi wisata kuliner telah mendorong peneliti untuk menyusun penelitian dengan judul 'Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Terhadap Destinasi Wisata Kuliner di Kabupaten Kolaka'."

TINJAUAN PUSTAKA

1. Wisata Kuliner

Wisata kuliner adalah suatu jenis wisata yang di pengaruhi oleh keinginan Seorang wisatawan yang melakukan wisata di lokasi persiapan makan,, festival makanan, serta lokasi yang menawarkan makanan dengan tujuan konsumen membelinya, (Halletal,2003) dalam (Kristiana et al., 2018). Sesuai dengan Asosiasi Kuliner Internasional, (International Culinary Tourism Association/ ICTA) menyatakan bahwa wisata kuliner merupakan suatu kegiatan yang berhubungan dengan makan dan minum yang dilakukan oleh pariwisataawan ketika melakukan wisata.

Syahriza (2020) dalam (Rahayu et al., 2022) Sederhananya, wisata kuliner adalah alat yang secara konsisten mengalami pertumbuhan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi rakyat. Kepariwisataan adalah kegiatan jasa yang melibatkan pemanfaatan potensi lingkungan dan kesehatan lingkungan manusia, seperti temuan penelitian sejarah, upaya pelestarian lingkungan, dan kesadaran lingkungan. Sesuai dengan Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang pariwisata, dikatakan bahwa pariwisata terdiri dari berbagai kegiatan rekreasi yang disediakan dengan berbagai fasilitas dan layanan yang dimanfaatkan oleh penduduk setempat, pemilik bisnis, pejabat pemerintah, dan pejabat pemerintah daerah. Pariwisata adalah istilah untuk semua kegiatan pemerintahan, bisnis, dan publik yang bertujuan untuk melaksanakan pengaturan, pengurusan, dan kebutuhan wisatawan. Pariwisata juga dapat didefinisikan sebagai aktivitas manusia yang dilakukan secara individu atau kolektif dalam suatu wilayah. Kegiatan tersebut memanfaatkan kemudahan, pelayanan lain dan perspektif pendukung yang diberikan oleh pemerintah dan masyarakat sehingga dapat efektif melaksanakan kehendak pengunjung.

2. Wisatawan

Berdasarkan hasil Konferensi PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) 1963 tentang Perjalanan dan Pariwisata, dinyatakan bahwa (visitor) Dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu wisatawan (tourist) dan pelancong (excurtionist), dengan penjelasan : Wisatawan (tourist) Mereka adalah mereka yang telah berada di negara itu setidaknya selama 24 jam. Sebaliknya, Pelancong (excurtionist) Mereka adalah yang datang perlahan dan menghabiskan kurang dari 24 jam di tujuan yang dimaksudkan tanpa banyak tidur. (Krisnadi & Natalia, 2020).

WTO (World Tourism Organization) dalam (Nengsih & Ariska, 2020) menyatakan bahwa Wisatawan Merupakan sebagai orang yang bertempat tinggal di suatu negara tanpa memandang kewarganegaraannya, melakukan perjalanan ke suatu tempat pada negara yang sama selama lebih dari 24 jam dengan tujuan yaitu Melakukan kegiatan rekreasi, liburan kesehatan, pendidikan, keagamaan dan olahraga serta Bisnis atau mengunjungi keluarga.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatwan Datang ke Wiskul

Menurut Philip Kotler, John Bowen, dan James Makens dalam (et al., 2021), keinginan traveler untuk tiba di suatu destinasi wisata dapat dibandingkan dengan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian karena keduanya dapat diprediksi dengan indikator yang sama. Minat beli dapat disesuaikan dengan menggunakan indikator indikator berikut.:

- a. Pikiran transaksional, atau keengganan untuk membeli suatu produk.
- b. Titik referensi mental adalah kemampuan untuk menjelaskan suatu produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, istilah yang digunakan untuk menggambarkan preferensi seseorang untuk produk tertentu dan kemampuan mereka untuk berubah pikiran jika terjadi sesuatu yang bertentangan dengan produk pilihan mereka.
- d. Mencari informasi mengenai product yatim dan informasi pendukung mengenai produk tersebut, merupakan minat eksploratif seseorang.

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan di wisata kuliner Kabupaten Kolaka, karena Wisata Kuliner adalah suatu objek wisata yang turut berperan pada pendapatan lokal Kabupaten Kolaka. Penelitian ini pada bulan November sampai Desember tahun 2023. Metode penelitian ini menggunakan teknik survei untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan terkait destinasi wisata kuliner di Kabupaten Kolaka. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, yang merupakan pendekatan untuk menyelidiki sampel tertentu dari populasi dengan mencatat data yang kemudian dianalisis secara statistik untuk menggabungkan informasi. (Novitaningtyas, iGiovanni, iand iLionora i2022). Penelitian ini menggunakan sistem pengambilan data secara sengaja sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu seluruh konsumen yang melakukan pembelian di destinasi kuliner Kabupaten Kolaka.

Menurut Sugiyono (2019) dalam i(Sumarsan i2021) Ada dua klasifikasi data: data primer yang diperoleh langsung dari lokasi dan data sekunder yang diambil dari sumber dokumentasi. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari deret waktu (time series). Pengumpulan data merupakan tahap penting dalam penelitian yang memerlukan perhatian ekstra; teknik pengumpulan yang dipilih adalah melalui dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Produk, Lokasi, Harga, dan Pelayanan Terhadap Minat Wisatawan pada Wisata Kuliner

Metode statistik yang diterapkan untuk menguji hipotesis adalah regresi linear berganda menggunakan model *Cobb-Douglas*. Konsep *Cobb-Douglas* mengacu pada persamaan yang melibatkan beberapa variabel independen dan variabel dependen (Wulandari et al., 2015). Penelitian ini memanfaatkan bantuan komputer dan perangkat lunak SPSS versi 22. Informasi lebih rinci dapat ditemukan dalam tabel berikut:

Table 1. Hasil Regresi Linear Berganda Factor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan di Wisata Kuliner Kabupaten Kolaka, Tahun 2023

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sign
Konstanta	8,768	3,452	,001
Produk	-0,022	-0,276	,783
Lokasi	0,195	2,559	,012
Harga	-0,207	-2,007	,048
Pelayanan	0,227	2,328	,022
R-squared	0,138		
F-hitung	3,508		
F-tabel	2,706		
t-tabel	1,986		
Sig	0,000		
N	93		

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS Versi 22, Tahun 2023.

Berdasarkan tabel 1.0 di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$\ln Y = a + b_1 \ln X_1 + b_2 \ln X_2 + b_3 \ln X_3 + b_4 \ln X_4 + b_5 \ln X_5 + b_6 \ln X_6$$

$$Y = 2.716 + 0.104X_1 + 0.964X_2 - 0.199X_3 - 0.037X_4 +$$

Analisis Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil pengujian (R^2) dari penelitian ini menjelaskan bahwa nilai R^2 sebanyak 0,138, atau sama dengan 13,8%, mengindikasikan bahwa kemampuan variabel terikat untuk menjelaskan variasi dalam variabel terikat relatif terbatas. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas (produk, lokasi, harga, dan pelayanan) berkontribusi sebesar 13,8% terhadap minat wisatawan. Namun, sebesar 86,2% bagian yang masih ada dipengaruhi oleh elemen-elemen lain yang tidak termasuk dalam struktur ini.

Hal demikian sejalan dengan penelitian (Andini and Haeri 2019) Hasil pengujian nilai *Adjusted R square* untuk variabel nilai fungsional, nilai sosial, dan kepatutan harga terhadap minat berkunjung menunjukkan angka sebanyak 0,521. Hal tersebut menandakan bahwa 52,1% variasi minat berkunjung dapat dijelaskan oleh nilai fungsional, nilai sosial, dan kepatutan harga. Sementara itu,

48,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam analisis ini.

Analisis Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan F digunakan secara bersama-sama untuk mengevaluasi variabel bebas, termasuk produk, lokasi, harga, dan pelayanan, secara keseluruhan berdampak signifikan terhadap hasil produksi. Jika nilai F_{hitung} lebih banyak dari nilai F_{tabel} , variabel bebas dianggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat wisatawan. Sebaliknya, jika nilai F_{hitung} lebih sedikit dari nilai F_{tabel} , variabel bebas dianggap tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat wisatawan.

Hasil uji F , Nilai F yang dihitung sebesar 3,508, nilai F_{tabel} dengan kepercayaan 95% ($\alpha=0,05$), dengan df_1 (untuk pembilang) = 3 dan df_2 (untuk penyebut) = 89, adalah 2,706. Dari analisis ini, dapat disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} (3,508) melebihi nilai F_{tabel} (2,706). Secara keseluruhan, semua variabel independen (produk, lokasi, harga, dan pelayanan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (minat wisatawan).

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi dan Lubis, 2021) F -hitung sebesar 52,633 dengan signifikansi 0,000. Dengan tingkat $0,000 < 0,05$ sedangkan F -hitung $52,633 >$ nilai f -tabel 2,71, ini mengindikasikan penolakan terhadap H_0 . Simpulan yang dapat diambil adalah bahwa variabel bebas X_1 dan X_2 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat Y .

Analisis Koefisien Regresi (Uji t)

Produk (X_1)

Diketahui X_1 (produk) sebesar $0,783 > 0,05$, dan t -hitung $-0,276 < t$ -tabel 1,986. Dari hasil ini, produksi (X_1) tidak memiliki pengaruh terhadap minat wisatawan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan hal yang serupa. (Dewi 2019) t -hitung sebanyak 4,282 signifikansi 0,000. Menggunakan α (0,05) dan (df), menghasilkan nilai t -tabel sebesar 1,66071. Menunjukkan bahwa t -hitung $>$ t -tabel dan signifikansi dipenuhi. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti $H_0: \beta_1 = 0$, menunjukkan bahwa produk tidak berpengaruh terhadap minat wisatawan secara individu.

Sebuah produk dalam industri wisata kuliner dapat dianggap tidak berpengaruh nyata terhadap minat wisatawan ketika elemen-elemen yang membentuknya tidak berhasil menarik perhatian atau memberikan nilai tambah yang signifikan dalam pengalaman kuliner mereka.

Kualitas rasa juga menjadi faktor kunci. Jika hidangan yang disajikan tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh para pelanggan, hal ini dapat berdampak negatif pada citra restoran. Ketidaktepatan dalam penyajian atau presentasi makanan juga dapat mengurangi daya tarik visual dan selera, mempengaruhi minat wisatawan untuk mencoba hidangan.

Peran faktor harga juga sangat penting. Jika harga makanan tidak sebanding dengan kualitas atau porsi yang diberikan, para wisatawan mungkin merasa bahwa mereka tidak mendapatkan nilai yang memadai untuk uang yang dikeluarkan. Ini dapat menyebabkan ketidakpuasan dan mengurangi minat mereka untuk kembali berkunjung.

Lokasi (X2)

Diketahui X2 (lokasi) dengan signifikansi $0,012 > 0,05$, dan $T_{hitung} 2,559 > T_{tabel} 1,986$, di simpulkan bahwa lokasi (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap minat wisatawan. Penelitian sebelumnya yang menunjukkan hal yang serupa. (Rahmat Fajrin, Wijayanto, and Kornita 2021) Koefisien jalur ditemukan sebesar 0,307 dan t_{hitung} mencapai 3,099, melebihi $t_{tabel} 1,985$, dengan signifikansi 0,003 kurang dari 0,05 ($\alpha=5\%$). Mengindikasikan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

Lokasi memiliki dampak signifikan terhadap minat wisatawan karena menciptakan pengalaman yang unik dan memuaskan. Faktor geografis, budaya, sejarah, dan alam di sekitar suatu tempat dapat menjadi daya tarik utama. Lokasi yang menawarkan keindahan alam, warisan sejarah, atau keberagaman budaya memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang mencari pengalaman berbeda.

Harga (X3)

X3 (harga) sebesar $0,048 > 0,05$, dan $t_{hitung} -2,007 < t_{tabel} 1,986$. Dari hasil ini, disimpulkan harga (X3) tidak memiliki pengaruh terhadap minat wisatawan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan hal yang serupa. (Tâm et al. 2016) Pengujian harga tiket, dengan $t_{hitung} 1,736$ lebih rendah dari $t_{tabel} 1,97976$, signifikansi 0,085 yang melebihi 0,05, menyebabkan penerimaan H_0 dan penolakan H_1 . Menunjukkan harga tiket tidak mempunyai dampak secara parsial terhadap minat kunjungan wisatawan ke *Tjong A Fie Mansion*.

Dalam konteks wisata kuliner, harga memiliki peran penting dalam memengaruhi minat wisatawan, tetapi ada situasi di mana faktor ini mungkin tidak berpengaruh nyata terhadap minat mereka. Sebuah tempat makan mungkin memberikan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari pesaingnya, namun tetap tidak mampu menarik perhatian wisatawan. Ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor.

Kualitas dan keunikan menu dapat menjadi faktor yang lebih dominan daripada harga itu sendiri. Jika sebuah restoran menawarkan hidangan yang benar-benar istimewa atau menghadirkan pengalaman kuliner yang unik, wisatawan mungkin bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk menikmati pengalaman tersebut. Sebaliknya, tempat makan dengan harga yang murah namun tanpa keistimewaan dalam menu atau kualitas makanan yang memadai mungkin tidak menarik minat wisatawan.

Pelayanan (X4)

Nilai signifikansi untuk pengaruh X4 (pelayanan) adalah $0,022 > 0,05$, dan $t_{hitung} 2,328 > t_{tabel} 1,986$. Oleh karena itu, disimpulkan pelayanan (X4) mempunyai pengaruh terhadap minat wisatawan. Penelitian sebelumnya menunjukkan hal yang serupa. (Firdaus, Farida, and Widiartanto 2022) Pernyataan tersebut menegaskan bahwa variabel pelayanan (X2) berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung (Z) nilai sebesar 0,971. Selain itu, koefisien determinasi dari kualitas pelayanan pada keputusan kunjungan mencapai 94,3%. Informasi untuk menguatkan bahwa kualitas pelayanan dapat meningkatkan keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali.

Pelayanan berperan dalam memengaruhi minat wisatawan karena pengalaman positif selama perjalanan dapat meningkatkan kepuasan mereka. Pelayanan yang baik menciptakan kesan positif, membangun citra destinasi, dan dapat menjadi faktor utama yang memotivasi wisatawan untuk kembali atau merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa:

1. Analisis (R²) dengan adjusted R square sebanyak 0,138, variabel produk, lokasi, harga, dan pelayanan dapat menjelaskan sekitar 13,8% dari minat wisatawan terhadap wisata kuliner.
2. Berdasarkan hasil analisis simultan (uji F), F-hitung adalah 3,508, yang kurang dari F-tabel 2,706. Hasil ini menunjukkan bahwa produk (X1), lokasi (X2), harga (X3), dan pelayanan (X4) mempunyai pengaruh terhadap minat wisatawan.
3. Uji signifikansi, disimpulkan variabel produk tidak mempunyai pengaruh terhadap minat wisatawan. t-hitung -0,276 yang kurang dari t-tabel 1,986, dan nilai signifikansi 0,783 >0,05.
4. Dari uji signifikansi, disimpulkan lokasi memiliki terhadap minat wisatawan. Diperoleh dari t-hitung 2,559 >t-tabel 1,986, dengan signifikansi 0,012 <0,05.
5. Dari uji signifikansi, disimpulkan harga tidak berpengaruh yang signifikan terhadap minat wisatawan. Ini terlihat dari nilai t-hitung -2,007 >t-tabel 1,986, dengan signifikansi 0,048 >0,05.
6. Dari uji signifikansi, disimpulkan pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat wisatawan. Hal ini terlihat dari nilai t-hitung 2,328 >t-tabel 1,986, dengan signifikansi 0,022 >0,05.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait: "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Terhadap Destinasi Wisata Kuliner Kabupaten Kolaka". Untuk memperbaiki kekurangan dari jurnal ini disarankan untuk penelitian lebih lanjut mengenai minat wisatawan terhadap wisata kuliner di Kabupaten Kolaka dapat mencakup studi mendalam mengenai keberagaman kuliner, daya tarik budaya dan tradisional, kegiatan wisata tambahan,serta promosi dan pemasaran. Fokus pada faktor-faktor ini akan memberikan pemahaman yang holistik tentang minat wisatawan terhadap wisata kuliner. Dalam penelitian, penting melibatkan pemangku kepentingan utama dan mempertimbangkan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang situasi tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para dosen dan teman-teman yang telah memberikan saran berharga dalam penyusunan jurnal ini. Kontribusi dan panduan kalian telah menjadi pilar utama kesuksesan penelitian ini. Keterlibatan dan dukungan kalian telah melampaui harapan saya. Saya menghargai setiap masukan dan wawasan yang diberikan, yang menjadikan jurnal ini lebih kaya dan berkualitas. Semoga kerjasama ini membawa manfaat positif bagi semua. Terima kasih atas dedikasi dan kerja sama yang luar biasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Ardiansyah, Djatmiko Waloejono, & Sumarwanto. (2021). Perancangan Pusat Wisata Kuliner Nusantara di Pantai Suradadi Dengan Konsep Arsitektur Neo-Vernakular. *SARGA: Journal of Architecture and Urbanism*, 15(1), 10–19. <https://doi.org/10.56444/sarga.v15i1.156>
- Andini, D. T., & Haeri, Z. (2019). Pengaruh Nilai-nilai Produk Wisata terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Lombok. *Nusantara*, 1(November 2019), 339–347. <https://www.ejournal.stitpn.ac.id/index.php/nusantara/article/view/1552%0Ahttps://www.ejournal.stitpn.ac.id/index.php/nusantara/article/download/1552/1098>
- Dewi, K. (2019). Pengaruh Produk Wisata dan Kebijakan Harga terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. *Media Wisata*, 17(2), 90–102. <https://doi.org/10.36276/mws.v17i2.171>
- Firdaus, A., Farida, N., & Widiartanto, W. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 774–781. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.36128>
- Krisnadi, A. R., & Natalia, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan Berdasarkan Komponen Destinasi Wisata di Kawasan Kuliner, Pasar Lama Tangerang. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 2(1), 34–46. <https://doi.org/10.31334/jd.v2i1.1069>
- Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v9i1.3604>
- Makaffan, S. R., Akbar, A. M., & Zaki, M. (2023). Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Kota Kolaka. 8(2), 150–160.

- Muliani, L. (2019). Potensi Bubur Ase Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Jakarta. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(1), 50–56. <https://doi.org/10.31334/jd.v1i1.553>
- Nengsih, M. K., & Ariska, Y. I. (2020). ANALISIS CLUSTER PENGUNJUNG TEMPAT WISATA (Studi Kasus: Pantai Panjang Bengkulu). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v8i1.926>
- Novitaningtyas, I., Giovanni, A., & Lionora, C. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur. *Jurnal Pariwisata*, 9(1), 28–36. <https://doi.org/10.31294/par.v9i1.12048>
- 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. <https://doi.org/10.58406/jrktl.v5i1.954>
- Rahmat Fajrin, A., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAM*, 32(1), 40–47. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)
- Rismiyanto, E., & Danangdjojo, T. (2015). Dampak Wisata Kuliner Oleh-oleh Khas Yogyakarta terhadap Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 5(1), 46. <https://doi.org/10.30588/jmp.v5i1.144>
- Satria Nugraha, A., & Adialita, T. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kota Bandung Melalui Nilai yang Dipersepsikan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(3), 195–212. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i3.381>
- Sulastri, H., Hasniah, H., & Suraya, R. S. (2019). Wisata Kuliner Tradisional Pantai Berti Kecamatan Kolaka Kabupaten Kolaka. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial Dan Budaya*, 8(3), 246–252. <https://doi.org/10.33772/etnoreflika.v8i3.815>
- Sumarsan. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- Tâm, T., Vả, N. C. Ú U., Giao, C. Ę N., Ngh, C., & Chu, Ấ N B Û I. (2016). 濟無 No Title No Title No Title. 01(2), 1–23.

Wulandari, T., Ekawati, R., & Ferdinant, P. F. (2015). Analisa Produktivitas dengan Model Fungsi Produksi Cobb Douglas dan Grey System Theory. *Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 1-9.