

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Pariwisata

Menurut Zakaria (2014) *et., al* Pengertian wisata adalah suatu aktivitas dari yang dilakukan oleh wisatawan ke suatu tempat tujuan wisata diluar keseharian dan lingkungan tempat tinggal untuk melakukan persinggahan sementara waktu dari tempat tinggal, yang didorong beberapa keperluan tanpa bermaksud untuk mencari nafkah dan yang di dasarkan atas kebutuhan untuk mendapatkan kesenangan, dan disertai untuk menikmati berbagai hiburan yang dapat melepaskan lelah dan menghasilkan suatu *travel experience* dan *hospitality service*.

Dalam Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menyebutkan bahwa Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Menurut Supriadi dan Roedjinandari (2017:8) Definisi pariwisata adalah Perjalanan sementara seorang dari satu tempat ke tempat lain untuk mencari kesenangan dan bukan untuk mencari keuntungan. Sepeti pendapat Matthieson dan Wall mendefinisikan pariwisata sebagai perpindahan tempat sifatnya sementara yang dilakukan oleh seseorang ke tempat tujuan diluar tempat kediaman dan tempat tinggal mereka, dengan melakukan berbagai kegiatan selama tinggal di tempat tujuan dengan berbagai fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan beberapa pengertian Pariwisata di atas, dapat disimpulkan bahwa Pariwisata adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok wisatawan diluar dari kebiasaan kesehariannya bersifat sementara dengan tujuan untuk rekreasi atau kesenangan, pembelajaran, pengembangan pribadi dengan fasilitas-fasilitas ditempat tujuan dan bukan untuk mencari nafkah.

2.2 Makanan Tradisional

Makanan Tradisional merupakan kebiasaan yang menghasilkan budi daya masyarakat setempat yang diturunkan kemudian dikembangkan sesuai dengan ketersediaan bahan-bahan baik itu dari tumbuhan berupa sayuran dan rempah-rempah dan hewan yang ada disekitarnya. Menurut Soekarto dalam Saputra (2018:4) Ada 4 Daya tarik makanan seperti rasa, warna, bentuk, dan tekstur yang memegang peranan penting dalam menilai makanan siap hidang. Menurut Murdijati (2017), makanan tradisional dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok, antara lain:

1) Makanan Tradisional yang hampir punah

Makanan tradisional yang hampir punah ini langka dan hampir jarang dapat ditemui mungkin disebabkan karena ketersediaan bahan dasarnya mulai sulit atau masyarakatnya pembuatannya mulai tidak mengerjakan lagi atau terdesak oleh produk makanan lain, contohnya karangan, cethot, entong-entog, getas, es semlo, dan hawuk-hawuk.

2) Makanan Tradisional yang kurang populer

Kelompok makanan tradisional yang kurang populer adalah makanan tradisional yang masih mudah ditemui, tetapi makin tidak dikenal dan cenderung berkurang penggemarnya, dianggap mempunyai status sosial lebih rendah dalam masyarakat, contohnya kethak, wedang tahu, dan bajigur.

3) Makanan tradisional yang populer (tetap bertahan)

Kelompok makanan tradisional yang populer merupakan makanan tradisional yang tetap disukai masyarakat dengan bukti banyak dijual,

laku, dan dibeli oleh konsumen bahkan beberapa menjadi ikon daerah tertentu seperti gudeg, emping melinjo, gatot, thiwul, tempe bengkuk, kipo, dan sate klathak.

2.3 Definisi Wisata Kuliner

Menurut Rahman, Saleh (2020:2) menyatakan bahwa kuliner adalah kata yang berasal dari unsur serapan bahasa Inggris yaitu *culinary*, atau kata bahasa Belanda *culinair*, yang keduanya merupakan adjektiva dan bermakna kurang lebih berhubungan dengan memasak dan dapur, merupakan seni dalam membuat masakan, sehingga seni kuliner dimulai dari seni memilih bahan makanan, mempersiapkan, memasak, hingga menyajikan makanan menjadi hidangan yang menarik.

1. Menurut Asosiasi Pariwisata Kuliner Internasional (*International Culinary Tourism Association/ICTA*) Wisata Kuliner merupakan kegiatan makan dan minum yang unik dilakukan oleh setiap pelancong yang berwisata. Berbeda dengan produk wisata lainnya sebagai produk wisata bahari, wisata budaya dan alam yang dapat dipasarkan sebagai produk wisata utama, tetapi pada wisata kuliner biasanya dipasarkan sebagai produk wisata penunjang.
2. Menurut jenis wisata khusus berdasarkan Hidayah, Nurdin (2019: 88-89) adalah proses pengelompokan konsumen berdasarkan jenis-jenis wisata yang biasanya spesifik terhadap minat atau tujuan tertentu dan tidak sedikit menjadi pasar yang ceruk (*niche market*) serta tidak sedikit pula yang menjadi *trend*. Berikut beberapa kelompok pasar yang dapat masuk ke dalam segmentasi jenis wisata menurut Morrison, Hidayah dan Safitri (2017) dalam *Handbook* pemasaran Destinasi Pariwisata: Wisata petualangan, wisata pertanian, wisata permainan dan kasino, wisata kapal pesiar, wisata warisan dan budaya, wisata gelap, wisata kuliner, wisata golf, wisata kesehatan dan kebugaran, wisata industri, wisata medis, wisata alam dan

ekowisata, wisata religi, wisata belanja, wisata olahraga, wisata sukarelawan, wisata anggur.

3. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2019 memasukkan wisata kuliner sebagai salah satu dari tiga jenis produk wisata budaya yang meliputi (1) wisata warisan budaya dan sejarah; (2) wisata kuliner dan belanja; serta (3) wisata desa dan kota. Kegiatan yang menyajikan hidangan yang memiliki nilai budaya, baik dari bahan serta pengolahan maupun penyajiannya semua kegiatan tersebut dapat dijadikan sebagai atraksi wisata yang dapat menjadi daya tarik untuk wisatawan. Daya tarik utama wisata kuliner adalah produk makanan. Wisata kuliner menyediakan berbagai fasilitas pelayanan dan aktivitas kuliner yang terpadu untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang dibangun untuk rekreasi, relaksasi, dan kesehatan

Menurut UNWTO (2012) dalam Imaduddin (2019) Wisata Kuliner yaitu pengalaman perjalanan ke daerah gastronomi untuk rekreasi atau tujuan hiburan, yang mencakup kunjungan ke produsen makanan primer dan sekunder, festival, pameran makanan, peristiwa, petani pasar, acara memasak dan demonstrasi, mencicipi produk makanan berkualitas, atau kegiatan pariwisata yang berhubungan dengan makanan.

2.3.1 Daya Tarik Wisata Kuliner

Menurut Yoeti (2002;5) dalam Wulandari, Endang, Annisa Retno Utami, dan titik Purwanti (2019) menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti daya tarik alami, pantai, iklim, dan keanekaragaman destinasi yang lain, seperti daya tarik budaya, sejarah, cerita rakyat, agama, seni, bahasa, penduduk asli, bangunan dan lainnya. Damanik dan Weber (2006;13) menyebutkan bahwa daya tarik wisata yang baik sangat terkait dengan hal yaitu: keunikan, originalitas, otentisitas, dan keragaman. Keunikan yang diartikan sebagai

kombinasi kelangkaan dan kekhasan yang melekat pada suatu daya tarik wisata, originalitas mencerminkan keaslian atau kemurnian yakni seberapa jauh suatu produk tidak terkontaminasi atau tidak mengadopsi nilai yang berbeda dengan nilai aslinya. Otentisitas mengacu pada keaslian, beda dengan originalitas, otentisitas lebih sering dikaitkan dengan tingkat kecantikan atau eksotisme budaya sebagai daya tarik wisata.

Wisata kuliner termasuk kedalam elemen produk baik produk wisata penunjang, wisata minat khusus dan wisata budaya, berdasarkan Hidayah, nurdin (2019;150-155) pada dasarnya produk destinasi terdiri dari tiga elemen yang biasa disebut dengan tiga A yaitu;

a. Atraksi

Atraksi adalah segala sesuatu yang dapat mendorong atau memotivasi target pelanggan untuk berkunjung ke destinasi. Atraksi dibedakan menjadi tiga macam berdasarkan alasan inti berkunjung yaitu atraksi yang diciptakan tuhan, atraksi buatan manusia yang khusus dibangun untuk kegiatan pariwisata, dan atraksi buatan manusia yang sebenarnya tidak dibangun untuk kegiatan pariwisata.

b. Amenitas

Amenitas adalah segala sesuatu yang dapat memfasilitasi dan melayani pengunjung destinasi dalam melakukan kegiatan wisatanya. Amenitas mencakup prasana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata.

c. Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah segala fasilitas dan pelayanan bagi pengunjung agar destinasi dapat dikunjungi. Aksesibilitas tidak hanya bergantung pada ketersediaan moda

transportasi yang telah dijelaskan tersebut, tetapi bagaimana pengalaman yang dapat menambah nilai perjalanan.

2.3.2 Hasil Pembelajaran Jurnal

Berikut ini adalah hasil pembelajaran jurnal yang mendukung teori penunjang dalam penelitian yang dilakukan antara lain:

1. Daya Tarik Wisata Kuliner di Kota Bandung (Studi Kasus Pada Wisata Kuliner Dago) (Wulandari, Endang, Annisa Retno Utami, dan titik Purwanti; 2019) indikator dari daya tarik wisata yaitu: Lokasi tempat kuliner, Kebersihan tempat kuliner, Harga makanan dan minuman di tempat kuliner, aksesibilitas menuju tempat kuliner, kondisi jalan menuju tempat kuliner, pemandangan yang ditawarkan di tempat kuliner, interior dari tempat kuliner, cita rasa makanan dan minuman di tempat kuliner dan *review* dari tempat kuliner
2. *Malaysia as A Culinary Tourism Destination: International Tourist Perspective* (Karim, Chua, Salleh:2009), *The Relationship Between Destination Image, Food Image Revisiting Pattaya, Thailand* (Lertputtarak: 2012), *'Culinary Tourism as A Destination Attraction: An Empirical Examination of The Destination Food Image and Information Sources'* (Karim: 2006), dan *'Factors Influencing Tourist Food Consumption'* (Mak, Lumbers, Eves, Chang: 2012) dalam Khosasi & Utama (2018)
 1. *Dining atmosphere: Relaksasi, Gaya hidup, Layanan, Suasana, Servicescape, dan Cuaca*
 2. *Accessibility: Lokasi yang mudah dijangkau, Variasi restoran, Komunikasi pemasaran*
 3. *Culinary tourism product, Pengetahuan tentang kuliner, Komposisi makanan, dan atribut sensorik*

4. *Quality & Food Value*: Kualitas makanan, Harga makanan, Nilai makanan, Jenis makanan bervariasi, Pengalaman berkuliner, dan Meningkatkan status.
3. Berdasarkan teori diatas maka peneliti menyimpulkan daya tarik wisata kuliner berkaitan dengan :
- a) *Dining atmosphere* (suasana ditempat makan) meliputi indikator: Relaksasi, Layanan, Suasana, *servicescape* (interior), dan Kebersihan.
 - b) *Accessibility* (aksesibilitas) meliputi indikator: lokasi yang mudah dijangkau, variasi makanan, dan kondisi jalan menuju tempat kuliner.
 - c) *Culinary tourism product* (produk wisata kuliner) meliputi indikator: Pengetahuan tentang kuliner, dan atribut sensorik.
 - d) *Quality & food Value* (kualitas dan nilai makanan) meliputi indikator: Kualitas makanan, harga makanan, nilai makanan, dan pengalaman berkuliner.

2.4 Kepuasan Konsumen

2.4.1 Definisi Kepuasan Konsumen

Menurut Wijaya (2017) menyebutkan Kata kepuasan (*Satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” yang mempunyai arti cukup baik, memadai dan “*facio*” yang mempunyai arti melakukan atau membuat. Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa kepuasan mempunyai arti sebagai upaya akan pemenuhan sesuatu. Sedangkan menurut Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017:196) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan kecewa ataupun senang yang dirasakan oleh seseorang, yang timbul akibat membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi pembeli. Kepuasan konsumen tergantung pada persepsi dan harapan dari konsumen itu sendiri. Selain sebagai pemenuhan untuk kebutuhan hidup, pengalaman

masa lalu juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Kemudian menurut Meithiana Indrasari (2019:87-88) faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen yaitu:

- a) Kualitas produk: Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas
- b) Kualitas pelayanan: Terutama untuk industri jasa, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan
- c) Emosional: Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.
- d) Harga: Produk atau jasa yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
- e) Biaya: Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Peter (2017) kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Dilihat dari persepsi dan harapan, maka akan mengacu pada *The First Law Of Service*, kepuasan sama dengan persepsi dikurangi harapan. Menurut Zeithaml dalam Dwi Syavitri, Ayi (2020)

mengatakan bahwa indikator kepuasan konsumen secara garis besar antara lain, yaitu:

1) *Fulfillment*

Secara harafiah “*fulfillment*” dapat diterjemahkan sebagai kepuasan, kelegaan, ketercapaian, pemenuhan atau kelengkapan dalam segala bidang atau karya

2) *Pleasure*

Istilah “*pleasure*” mengacu pada tingkat dimana individu merasakan kesenangan, penuh kegembiraan, bahagia yang berkaitan dengan situasi tersebut.

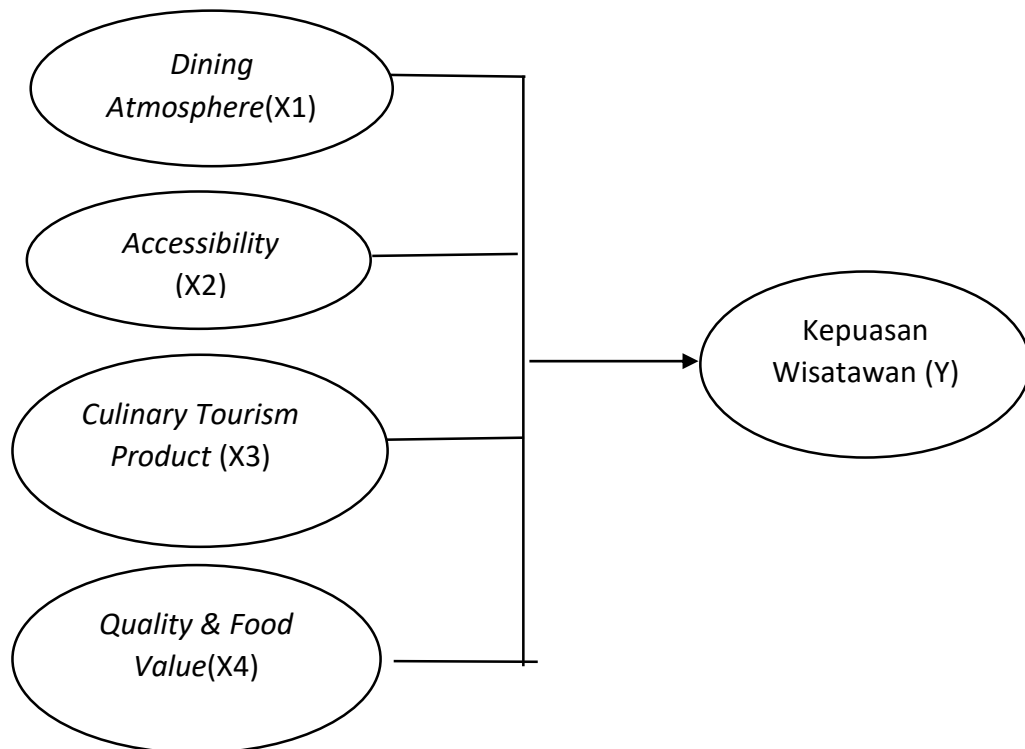
3) *Ambivalence*

Dalam pengertian psikologi, “*ambivalence*” merupakan keadaan perasaan, pikiran seseorang yang saling bertentangan terhadap suatu hal yang terjadi pada waktu yang bersamaan.

2.5 Kerangka Berpikir

Jika daya tarik wisata kuliner dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah makan Pindang di Kabupaten Ogan Ilir terhadap kepuasan konsumen, maka dimensi dari daya tarik wisata kuliner yaitu *Dining Atmosphere, Accessibility, Culinary Tourism Product, Quality & Food Value* dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dari Pondok Pindang Mantap Kabupaten Ogan Ilir terhadap kepuasan konsumen, jadi dimensi dalam penelitian ini yaitu;

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir dalam penelitian ini penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

- 1) *Dining atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada kuliner lokal pindang di Kabupaten Ogan Ilir

H_{01} : Tidak ada pengaruh antara *dining atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada kuliner lokal pindang di Pondok Pindang Mantap Kabupaten Ogan Ilir

H_{a1} : Tidak ada pengaruh antara *dining atmosphere* terhadap kepuasan konsumen pada kuliner lokal pindang di Pondok Pindang Mantap Kabupaten Ogan Ilir

2) *Accessibility* terhadap kepuasan konsumen pada kuliner lokal pindang di Kabupaten Ogan Ilir

H₀₂: Tidak ada pengaruh antara *Accessibility* terhadap kepuasan konsumen pada kuliner lokal pindang di Pondok Pindang Mantap Kabupaten Ogan Ilir

H_{a2}: Ada pengaruh antara *Accessibility* terhadap kepuasan konsumen pada kuliner lokal pindang di Pondok Pindang Mantap Kabupaten Ogan Ilir

3) *Culinary Tourism Product* terhadap kepuasan konsumen pada kuliner lokal pindang di Kabupaten Ogan Ilir

H₀₃: Tidak ada pengaruh antara *Culinary Tourism Product* terhadap kepuasan konsumen pada kuliner lokal pindang di Pondok Pindang Mantap Kabupaten Ogan Ilir

H_{a3}: Ada pengaruh antara *Culinary Tourism Product* terhadap kepuasan konsumen pada kuliner lokal pindang di Pondok Pindang Mantap Kabupaten Ogan Ilir

4) *Quality & Food Value* terhadap kepuasan konsumen pada kuliner lokal pindang di Kabupaten Ogan Ilir

H₀₄: Tidak ada pengaruh antara *Quality & Food Value* terhadap kepuasan konsumen pada kuliner lokal pindang di Pondok Pindang Mantap Kabupaten Ogan Ilir

H_{a4}: Ada pengaruh antara *Quality & Food Value* terhadap kepuasan konsumen pada kuliner pindang di Pondok Pindang Mantap Kabupaten Ogan Ilir

5) *Dining atmosphere, accessibility, culinary tourism product, quality & food value* terhadap kepuasan konsumen pada kuliner lokal pindang di Kabupaten Ogan Ilir

H₀: Tidak ada pengaruh antar *Dining atmosphere, accessibility, culinary tourism product, quality & food value* terhadap kepuasan konsumen pada kuliner lokal pindang di Pondok Pindang Mantap Kabupaten Ogan Ilir

H_a: Tidak ada pengaruh antar *Dining atmosphere, accessibility, culinary tourism product, quality & food value* terhadap kepuasan konsumen pada kuliner lokal pindang di Pondok Pindang Mantap Kabupaten Ogan Ilir

2.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa peneliti sudah melakukan penelitian mengenai daya tarik wisata kuliner lokal pindang terhadap kepuasan konsumen. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu berupa jurnal-jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul dan Tahun	Peneliti	Variabel penelitian	Teknik analisis	Hasil	Research Gap
1	Analisis Daya Tarik Wisata Kuliner di Kota Bandung (Studi Kasus Pada Wisata Kuliner Dago) (2019)	Endang Wulandari, Annisa Retno Utami, Titik Purnawati	<p>Independen:</p> <p>Daya Tarik Wisata Kuliner, dengan indikator:</p> <p>Lokasi, Kebersihan, Harga, Aksesibilitas, Jarak tempu menuju tempat, Kondisi Jalan, Pemandangan yang ditawarkan, Interior, Cita rasa makanan, dan Review dari Tempat Kuliner</p> <p>Dependen:</p> <p>Kepuasan Wisatawan</p>	Analisis data Deskriptif, Linear Berganda,	Hasil penelitian ini menunjukkan dari 100 responden , daya tarik tertinggi pada cita rasa makanan & minuman sebesar 82% maka pengunjung akan datang kembali untuk berkuliner dan merekomendasikan kepada orang lain.	<p>Persamaan:</p> <p>Variabel Independen Teknik Analisis Yang Digunakan.</p> <p>Perbedaan:</p> <p>Objek Penelitian Dan Subjek Penelitian.</p>

	Judul dan Tahun	Peneliti	Variabel penelitian	Teknik analisis	Hasil	Research Gap
2	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Pemilihan Kuliner di Kawasan Alam Kemuning (2018)	Liana Mangifera, Muzakar Isa, M.Farid Wajdi	<p>Independen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Citra restoran 2Kualitas Makanan 3.Harga 4. Lokasi <p>Dependen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Keputusan Pembelian 	Uji Asumsi Klasik, Uji Validitas dan uji Reabilitas, uji hipotesis Dan Analisis regresi Linear Berganda	Dari hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian, faktor harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan tempat kuliner. Dan lokasi serta kualitas makanan & minuman berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kuliner tetapi tidak signifikan.	<p>Persamaan</p> <p>Variabel Independen Kualitas makanan, lokasi, harga Teknik Analisis (Uji Asumsi Klasik, uji hipotesis, uji validitas dan uji reabilitas serta analisis Regresi Linear Berganda</p> <p>Perbedaan:</p> <p>Subjek Penelitian, objek penelitian Dan Dimensi Variabel dependen keputusan pembelian.</p>

	Judul dan Tahun	Peneliti	Variabel penelitian	Teknik analisis	Hasil	Research Gap
3.	Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Malam (WKM) Terhadap Kunjungan Wisatawan di Kota Pekanbaru (2019)	Saleh, Rahman	<p>independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas 2. Penyajian 3. Susunan Menu 4. Porsi makanan 5. Dekorasi ruang 6. pengaturan meja 7. Keramahan penjual 8. Harga terjangkau <p>Independen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan 2. pemandu dan informasi 3. Fasilitas Sarana & Prasana 4. Keamanan & Kenyamanan 	Uji Asumsi Klasik, Uji Validitas, Uji Validitas & Reabilitas, Analisis regresi linier sederhana	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata Kuliner Malam berpengaruh signifikan terhadap kunjungan Wisatawan di Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Daya Tarik Wisata Kuliner Malam memiliki keeratan hubungan yang sangat erat terhadap kunjungan wisatawan. Kontribusi variabel daya tarik wisata kuliner malam (X) terhadap kunjungan Wisatawan (Y) sebesar 78,70%	<p>Persamaan:</p> <p>Variabel Independen dari Kualitas, harga, keramahan atau pelayanan, Teknik uji asumsi klasik, uji validitas dan reabilitas.</p> <p>Perbedaan:</p> <p>Objek Penelitian Dan Subjek Penelitian Serta analisis linear sederhana</p>

	Judul dan Tahun	Peneliti	Variabel penelitian	Teknik analisis	Hasil	Research Gap
4.	Pengaruh <i>Food Quality dan Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> Sebagai Variabel Interveing pada Cafe Intro Di Surabaya (2017)	Winarjo, Hendra., Japrianto, Edwin	<p>Independen:</p> <p><i>Food Quality</i></p> <p><i>Atmosphere</i></p> <p>Interveing:</p> <p><i>Customer Satisfaction</i></p> <p>Dependen:</p>	Path analysis	<i>Food Quality</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> , <i>atmosphere</i> signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> .	Perbedaan: Objek Penelitian Dan Subjek dan objek Penelitian Serta Periode Pengamatan Penelitian
5.	Model Daya Tarik Kuliner Lokal Sebagai Pendorong Daya Tarik Wisata Kuliner (2020)	Setiawan, Heri. <i>et., al</i>	<p>Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterlibatan 2. Pengetahuan 3. Pengalaman 4. Daya Tarik Kuliner <p>Dependen:</p> <p>Daya tarik wisata kuliner</p>	Uji Reabilitas validitas. Uji hipotesis dan analisis regresi linear berganda	Dari hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa keterlibatan wisatawan pada kuliner lokal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap daya tarik kuliner lokal, keterlibatan tidak mendorong wisatawan dengan kuliner lokal tidakmendorong mereka untuk bersedia datang de destinasi wisata kuliner, pengetahuan wisatawan	Persamaan Variabel Independen pengetahuan, pengalaman. Teknik analisis Uji validitas dan uji Reabilitas. Uji hipotesis dan analisis regresi linear berganda Yang Digunakan.

				<p>tentang kuliner lokal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap daya tarik kuliner lokal. Pengetahuan yang lebih baik tentang kuliner lokal yang dimiliki oleh wisatawan tidak membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi tujuan wisata kuliner dan menikmati masakan lokal. Pengalaman wisatawan dengan kuliner lokal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap daya tarik kuliner lokal. Pengalaman wisata yang mendalam dalam menikmati makanan lokal saat wisatawan berada di destinasi wisata akan membuat mereka lebih tertarik mengunjungi destinasi wisata kuliner. Daya</p>	<p>Perbedaan: Subjek Penelitian, lokasi penelitian, objek penelitian, dan Dimensi Variabel dependen.</p>
--	--	--	--	---	---

					tarik kuliner lokal berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik wisata kuliner. Semakin menarik kuliner lokal yang disajikan oleh pengelola destinasi wisata maka akan semakin menarik destinasi wisata kuliner.	
--	--	--	--	--	---	--

Sumber: Dari berbagai sumber, 2022