



---

## PENGARUH DAYA TARIK PRODUK SENTRA KULINER *SEAFOOD* TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN KE KAMPUNG BAHARI TANJUNG PASIR KABUPATEN TANGERANG

Baruna Kuat Setiawan<sup>1</sup>, Raden Asri Kartini, SE., MM<sup>2</sup>, Adrial, SH., M.Pd., MH, Machmud Syahrizal, S.IP., MM

Prodi Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif, Universitas Muhammadiyah Tangerang  
barunakuat@gmail.com, radenasrikartini75@gmail.com, adrialwathan@gmail.com,  
machmud.syarizal@gmail.com

**Abstract.** *This research uses quantitative methods. The variables of this study consist of Product Attractiveness (X) Interest in Tourist Visits (Y). Data obtained through the distribution of questionnaires using a Likert scale. Data analysis techniques were carried out using validity and reliability test analysis. The results of this study indicate that Product Attractiveness Variable (X) has a positive effect on Tourist Visit Interest (Y) and Product Dance Performance Variable (X) has a more dominant significant effect on Tourist Visit Interest (Y). Based on testing the validity of the 30 statements, there are 4 invalid statements and the statements will be narrowed down to 20 valid statements. In the reliability test, the Cronbach alpha value is  $0.828 > 0.60$ . Based on these results, the X and Y variables are declared reliable. In the Normality Test test with the One Kolmogrov-Smirnov method the value of Exact Significance is  $0.268 > 0.05$ , which means that the residual data is normally distributed. In testing the correlation coefficient, the significance value of Product Attraction (X) is 0.000 and Visit Interest (Y) is 0.000, which means that the X and Y variables have a relationship or correlation. Based on the results of testing the coefficient of determination, variable X has an effect on variable Y by 52.2%. And testing the Hypothesis Test (T Test) that the tcount significance value is 10.175 and the ttable value is 1.985, the data is declared significant, with this the H1 hypothesis is accepted because the tcount is greater than the ttable. Seafood Culinary Center has a significant effect on the interest of tourists visiting.*

**Keywords:** *Product Attraction, Tourist Visit Interest, Kampung Bahari Tanjung Pasir*

**Abstrak.** Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Variabel penelitian ini terdiri dari Daya Tarik Produk (X) Minat Kunjungan Wisatawan (Y). Data yang diperoleh melalui pembagian kuesioner dengan menggunakan skala likert. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis Uji Validitas dan Reliabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Daya Tarik Produk (X) berpengaruh positif terhadap Minat Kunjungan Wisatawan (Y) dan Variabel Daya Tari Produk (X) berpengaruh lebih signifikan dominan terhadap Minat Kunjungan Wisatawan (Y). Berdasarkan pengujian validitas dari 30 pernyataan terdapat 4 pernyataan yang tidak valid dan pernyataan akan dikerucutkan menjadi 20 pernyataan valid, pada pengujian reliabilitas nilai alpha cronbach sebesar  $0,828 > 0,60$  berdasarkan hasil tersebut variabel X dan Y dinyatakan reliabel. Pada pengujian Uji Normalitas dengan metode *One Kolmogrov-Smirnov* nilai dari Exact Signifikansi adalah  $0,268 > 0,05$  yang berarti data residual berdistribusi normal. Pada pengujian koefisien korelasi nilai signifikansi Daya Tarik Produk (X) 0,000 dan Minat Kunjungan (Y) 0,000 yang berarti variabel X dan Y memiliki hubungan atau berkorelasi. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi variabel X berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 52,2%.

Dan pengujian Uji Hipotesis (Uji T) bahwa nilai signifikansi  $t_{hitung}$  sebesar 10,175 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 maka data dinyatakan signifikan, dengan ini maka hipotesis H1 diterima kebenarannya karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Sentra Kuliner seafood berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan.

*Kata kunci:* Daya Tarik Produk, Kampung Bahari Tanjung Pasir, Minat Kunjungan Wisatawan

## 1. Pendahuluan

Industri pariwisata cenderung fokus pada analisis metode pemasaran dan promosi produk pariwisata. Industri pariwisata bukan entitas tunggal, melainkan sebuah ekosistem yang terdiri dari berbagai perusahaan yang menciptakan beragam layanan atau produk. Perbedaan ini bukan hanya berkaitan dengan jenis layanan yang dihasilkan, tetapi juga dengan ukuran perusahaan, letak atau letak geografis, fungsi, struktur manajemen, dan pendekatan pemecahan masalah. GA. Schmoll dalam buku *Tourism Promotion* (Yoeti, 1985:24).

UU No. 10 Tahun 2009 Pasal 1 Point 9 tentang Kepariwisata dijelaskan bahwa Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Industri kuliner pariwisata berkaitan erat dengan pariwisata karena makanan dan minuman sering menjadi bagian penting dari pengalaman wisata. Wisatawan sering mencari pengalaman kuliner yang otentik saat mengunjungi suatu tempat. Mereka ingin mencicipi makanan khas lokal, mencoba hidangan khas yang terkenal, dan menjelajahi warisan kuliner suatu daerah. Industri kuliner pariwisata mencakup berbagai elemen, seperti restoran, kafe, warung makan, tur kuliner, festival makanan, dan banyak lagi. Ini melibatkan pengembangan dan promosi tempat makan dan minumlah yang menarik, serta menciptakan pengalaman kuliner yang berkesan bagi para wisatawan.

Menurut (Kusnandar, 2021:27). Perkembangan industri kuliner di Indonesia mengalami kemajuan yang signifikan karena didukung oleh tingginya permintaan produk kuliner Indonesia. Secara keseluruhan, orang Indonesia menghabiskan rata-rata Rp 202.146 per bulan untuk makanan dan minuman yang dapat dimakan.

Kampung Bahari Nusantara Kabupaten Tangerang merujuk pada konsep pengembangan kawasan atau destinasi pariwisata yang menggabungkan unsur-unsur budaya maritim atau bahari di Indonesia. Secara harfiah, "kampung" berarti desa atau pemukiman kecil, sedangkan "bahari" merujuk pada laut atau segala sesuatu yang berhubungan dengan laut.

Pesatnya pertumbuhan industri restoran seafood di Kabupaten Tangerang menunjukkan bahwa konsumen memiliki kebutuhan yang berbeda-beda untuk memenuhi kemauannya. Singkat waktu, banyak bermunculan restoran dengan ciri khas dan keunggulannya masing-masing.

Oleh karena itu pengusaha ikan harus dapat menjamin kehidupannya dan berkembang sesuai dengan visi, misi dan tujuan yang telah ditetapkan. Setiap tempat kuliner memiliki bentuk dan variasi menu yang berbeda-beda.

Tanjung Pasir merupakan sebuah pantai di Kabupaten Tangerang, Indonesia, yang terkenal dengan keindahan pemandangan pantainya dan juga kelezatan kuliner seafood-nya. Di sepanjang pantai Tanjung Pasir, terdapat berbagai restoran dan warung makan yang menyajikan hidangan seafood segar. Kuliner seafood di pantai Tanjung Pasir menawarkan berbagai macam hidangan laut yang lezat dan segar, seperti ikan, udang, kepiting, cumi-cumi, kerang, dan lain-lain.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka Penulis tertarik ingin melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Daya Tarik Produk Sentra Kuliner Seafood Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Kampung Bahari Tanjung Pasir”.

## **2. Metode**

### **Kuliner**

Kuliner adalah makanan yang ditinjau dari hasil proses memasaknya. Wisata kuliner adalah perjalanan ke suatu daerah atau tempat yang menyajikan masakan khas untuk mendapatkan pengalaman kuliner baru. (Seogiaro 2018:6)

### **Seafood**

Seafood merupakan makanan laut yang enak, namun jika tidak dikonsumsi dalam porsi yang tepat, bisa sangat berbahaya bagi kesehatan Anda. (Menurut Prayitno dalam Prasetya, F.2014:5).

### **Daya Tarik Produk**

Daya tarik produk adalah apa pun yang dapat ditawarkan penjual untuk mendapatkan perhatian, membangkitkan minat, memuaskan kebutuhan atau keinginan pasar tertentu, dan mendorong pembelian dan konsumsi produk tersebut. (Menurut Fandy Tjiptono 1997:95).

### **Pengaruh Harga Produk**

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; dengan kata lain, semakin rendah harga produk, semakin besar keputusan pembelian pelanggan. Jika harga barang yang dijual terlalu tinggi, keputusan pembelian akan terpengaruh. (Menurut Desy dan Rahmat dalam Anissa, R. 2017:5 & Rifqi et.al Anissa, R. 2018:5).

### **Wisatawan**

Wisatawan adalah individu yang beristirahat dan bersedia pergi ke tempat lain untuk mendapatkan pengalaman yang unik. (Smith 2009:16).

## **Minat Kunjungan**

Minat Kunjungan Wisatawan memiliki arti yang sama dengan preferensi pembelian konsumen. Faktanya, konsumen berpikir sebelum membeli, dan perilaku yang sama terjadi ketika seseorang mengunjungi suatu tujuan wisata. (Kotler et.al dalam Kristianti, R. & Erdiansyah, R. 2006:395).

### **3. Results dan Diskusi**

#### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti juga memilih teknik simple random sampling dengan objek penelitian adalah wisatawan yang memutuskan untuk berkunjung ke Kampung Bahari Tanjung Pasir, masyarakat, perangkat desa, pengelola kampung bahari, dan penjual sentra kuliner *seafood*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua wisatawan Kampung Bahari Tanjung Pasir Kabupaten Tangerang. Karena jumlah populasi tidak diketahui maka jumlah sampel dicari dengan menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2017) dengan hasil sampel yang didapatkan sebanyak 97 responden.

#### **Hasil dan Pembahasan**

Uji validitas ini berdasarkan pada rumus  $r_{tabel}$  serta tingkat signifikansi pada tabel ini adalah sebesar 0,05 atau 5% menggunakan jumlah responden sebanyak 30.

Untuk uji validitas ini didapatkan  $r_{tabel}$  sebagai berikut:

Rumus  $r_{tabel}$  :  $Df = n-2$

$Df : n-2 = 30-2 = 28$

Maka hasil  $r_{tabel}$ : 0,361

Uji ini dilakukan untuk mengetahui keabsahan item-item yang tertera dalam kuesioner. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode uji korelasi product moment Pearson. Jika nilai korelasi hitung ( $r_{hitung}$ ) lebih besar dari nilai korelasi tabel ( $r_{tabel}$ ), maka butir soal dapat dianggap valid. Sebaliknya, jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  maka elemen tersebut dapat dianggap tidak valid.

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**  
**Daya Tarik Produk (X)**

Variabel	Kode Pernyataan	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
Harga Produk	X1	0,608	0,361	Valid
	X2	0,433	0,361	Valid
	X3	0,554	0,361	Valid
	X4	0,451	0,361	Valid
	X5	0,563	0,361	Valid
Keunggulan Produk	X6	0,454	0,361	Valid
	X7	0,400	0,361	Valid
	X8	0,623	0,361	Valid
	X9	0,729	0,361	Valid
	X10	0,604	0,361	Valid
Ketersediaan Produk	X11	0,527	0,361	Valid
	X12	0,447	0,361	Valid
	X13	0,469	0,361	Valid
Pendukung	X14	0,674	0,361	Valid
	X15	0,304	0,361	Tidak Valid

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas**  
**Minat Kunjungan Wisatawan (Y)**

Variabel	Kode Pernyataan	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
Mencari Informasi Terkait Produk	Y1	0,599	0,361	Valid
	Y2	0,426	0,361	Valid
	Y3	0,594	0,361	Valid
	Y4	0,666	0,361	Valid
	Y5	0,525	0,361	Valid
Kemantapan Untuk Berkunjung	Y6	0,187	0,361	Tidak Valid
	Y7	0,348	0,361	Tidak Valid
	Y8	0,714	0,361	Valid
	Y9	0,616	0,361	Valid
	Y10	0,453	0,361	Valid
Keputusan Untuk Berkunjung	Y11	0,649	0,361	Valid
	Y12	0,396	0,361	Valid
	Y13	0,282	0,361	Tidak Valid
	Y14	0,417	0,361	Valid
	Y15	0,390	0,361	Valid

## Uji Reliabilitas

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai alpha cronbach 0,60. Dari hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap 97 responden, didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Number of Items	Nilai Minimum	Nilai Alpha Cronbach	Keterangan
20	0,60	0,828	Reliabel

## Uji Normalitas

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Normalitas dengan *One Kolmogrov***

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.72209255
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.073
	Negative	-.100
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.018 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		.268
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan pengujian normalitas dengan menggunakan metode *One Kolmogorov-Smirnov* yang disajikan pada tabel diatas, nilai dari Exact. Sig adalah  $0,268 > 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

## Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.539	1.570		1.617	.109
Daya Tarik Produk	-.024	.032	-.077	-.753	.454

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Berdasarkan pengujian heteroskedastisitas yang disajikan pada tabel diatas, nilai signifikansi untuk Daya Tarik Produk  $0,454 > 0,05$  maka data penelitian dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Analisis Koefisien Korelasi

**Tabel 6**  
**Hasil Analisis Koefisien Korelasi**

**Correlations**

		Daya Tarik Produk	Minat Kunjungan
Daya Tarik Produk	Pearson Correlation	1	.785**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	97	97
Minat Kunjungan	Pearson Correlation	.785**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	97	97

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Bisa dilihat pada tabel diatas bahwa signifikansi Daya Tarik Produk adalah 000 dan begitupun dengan Minat Kunjungan signifikansinya yaitu 000. Dari hasil uji bisa dilihat bahwa kedua variabel memiliki hubungan atau berkorelasi.

### Analisis Koefisien Determinasi

**Tabel 7**  
**Hasil Analisis Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 <sup>a</sup>	.522	.516	1.731

a. Predictors: (Constant), Daya Tarik Produk

Berdasarkan uji tabel korelasi diatas, maka koefisien determinasi yaitu sebesar 0,722. maka terdapat hubungan antar variabel.

$$R \text{ Square} = 0,522 \times 100\% = 52,2\%$$

Hasil R Square adalah 0,522, artinya variabel Pengaruh Daya Tarik Produk Kuliner Seafood (X) terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Kampung Bahari Tanjung Pasir (Y) sebesar 52,2% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini.

## Uji Regresi Linear Sederhana

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.711	2.589		5.297	.000
	Daya Tarik Produk	.542	.053	.722	10.175	.000

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan

$$Y = a + bX$$

$$Y = 13,711 + 0,542X$$

Nilai Constant berarti nilai variabel Y Minat Kunjungan Wisatawan 14,253 tanpa adanya pengaruh variabel X. Tapi jika ada peningkatan suatu nilai dari variabel X (Daya Tarik Produk) maka Minat Kunjungan wisatawan meningkat sebesar 0,542.

## Uji Hipotesis (Uji T)

**Tabel 9**  
**Hasil Uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.711	2.589		5.297	.000
	Daya Tarik Produk	.542	.053	.722	10.175	.000

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan

Dari hasil Uji T diatas diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 10,175 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 maka perbandingannya adalah  $t_{hitung} 10,175 > t_{tabel} 1,985$  dan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  maka data dinyatakan Signifikan. Maka maka hipotesis H1 diterima kebenarannya karena  $t_{hitung}$  lebih besar nilainya dari  $t_{tabel}$ . Disimpulkan bahwa Sentra Kuliner *Seafood* berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan Kampung Bahari Tanjung Pasir.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Daya Tarik Produk Sentra Kuliner *Seafood* Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Kampung Bahari Tanjung Pasir, maka peneliti dapat menyimpulkan. Pada pengujian hasil hipotesis (uji t) dengan hasil uji t diatas diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 10,175 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 maka perbandingannya adalah  $t_{hitung} 10,175 > t_{tabel} 1,985$  dan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  maka data dinyatakan Signifikan.



H1: Diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara Daya Tarik Produk Sentra Kuliner Seafood terhadap Minat Kunjungan Wisatawan.

H0: Ditolak karena ada pengaruh yang signifikan antara daya tarik produk sentra kuliner seafood terhadap minat kunjungan wisatawan ke Kampung Bahari Tanjung Pasir.

Besaran pengaruh Daya Tarik Produk (X) terhadap Minat Kunjungan Wisatawan (Y) adalah sebesar sebesar 0,522 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Daya Tarik Produk) terhadap variabel terikat (Minat Kunjungan Wisatawan) adalah sebesar 52.2%.

### **Acknowledgements**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunianya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan, dan petunjuk, sehingga jurnal dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Produk Sentra Kuliner *Seafood* Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Kampung Bahari Tanjung Pasir” dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Saya ingin mengucapkan terimakasih kepada ibu saya tercinta Sutri Aminah dan bapak saya yang saya sayangi Rudi Hartono serta seluruh saudara saya karena berkat doa dan dukungannya saya dapat menyelesaikan perkuliahan hingga selesai.

Untuk Ibu Raden Asri Kartini, SE., MM selaku Dosen Pembimbing 1 (Satu) Terima kasih atas kesediannya membantu Penulis dalam menyusun Skripsi ini. Dan untuk Bapak Adrial, SH., M.Pd., MH selaku Dosen Pembimbing 2 (Dua) Terima kasih atas kesediannya membantu penulis dalam menyusun Skripsi ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustin, N. A., Kanom, K., & Darmawan, R. N. (2020). *Analisis Potensi Wisata Kuliner Ikan Bakar Sebagai Daya Tarik Wisata Di Pantai Blimbingsari Banyuwangi*. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(6), 1211-1222.
- Bungin, Burhan. (2019) *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenadamedia Group, 109
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)*. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Harahap, S. A., & Rahmi, D. H. (2020). *Pengaruh kualitas daya tarik wisata budaya terhadap minat kunjungan wisatawan nusantara ke kotagede*. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 16(2), 118-129.

- Ikut, C. I. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Pasar Tradisional Semarang*. Serat Acitya, 11(1), 1.
- Kardini, Ni Luh, and Ni Wayan Ari Sudiartini. "Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisatawan Dalam Pengembangan Pariwisata Bahari Di Pantai Tanjung Benoa." *Jurnal Ilmiah Satyagraha* 3.1 (2020): 106-125.
- Kristianti, T. R., & Erdiansyah, R. (2020). *Pengaruh electronic word of mouth, tingkat kepercayaan konsumen dan minat kunjungan wisata kuliner Kota Bogor*. *Prologia*, 4(2), 393-401.
- Lupitasari, E. S., Nurlaela, L., & Miranti, M. G. A (2020) *Pengaruh Korean wave dan makanan Korea terhadap minat makan hidangan Korea pada masyarakat Kota Madiun*.
- Musa, Habies & W Kania Dewi, (2018) *Kuliner Suatu Identitas Ketahanan Pangan Unik*, (6,7)
- Nurhayati, A., Yustiati, A., & Handaka, A. A. (2020). *Analisis Preferensi Dan Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Olahan Seafood (Studi Kasus di Kota Bandung Provinsi Jawa Barat)*. *Papalele (Jurnal Penelitian Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan)*, 4(1), 1-6.
- Nurul, Hasbiana. (2022). *Dasar-dasar Kuliner*. Jakarta: Direktorat Kejuruan dan Pusat Perbukuan.
- Prasetya, F. (2016). *Hubungan Konsumsi Seafood dengan Riwayat Hiperkolesterol pada Pria Usia Pra Lansia di Desa Laronanga Kabupaten Konawe Utara Provinsi Sulawesi Tenggara*. *Jurnal Gizi Ilmiah: Jurnal Ilmiah Ilmu Gizi Klinik, Kesehatan Masyarakat dan Pangan*, 2(1), 1-9.
- Prayogo, D., & Suryawan, I. B. (2018). *Dampak Fenomena Wisata Kuliner Terhadap Kunjungan Wisatawan di Kota Malang, Jawa Timur*. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(2).
- Sakhid, M., Purwantiasning, A. W., & Anisa, A. (2017). *Strategi pengembangan kawasan Pantai Tanjung Pasir secara terintegrasi dan berkelanjutan (dengan pendekatan konsep arsitektur waterfront-frank lloyd wright)*. *Purwarupa Jurnal Arsitektur*, 1(1), 55-62.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. In P. D. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (pp. 13, 39, 80-82, 137, 142, 147). Bandung: Alfabeta.
- Swarjana, I. K., & SKM, M. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi. Hal (4,12)
- Wijaya, J. S., & Soelaiman, L. (2023). *Meningkatkan minat pengunjung untuk berkunjung kembali ke sentra kuliner Pasar Lama Tangerang sebagai dukungan terhadap perekonomian umkm*. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 92-101.
- Yusup, F. (2018). *Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif*. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan Vol. 7 No. 1. Januari – Juni*, 17,22.