

Persepsi Pengunjung Terhadap Night Culinary Di Fun Taste Street (Medan Night Market) Kota Medan, Sumatera Utara

Visitor Perceptions of Night Culinary at Fun Taste Street (Medan Night Market) Medan City, North Sumatra

Aliyah Jessica Siswoko^(1*) & I Nyoman Sunarta⁽²⁾

Fakultas Psikologi, Universitas Udayana, Indonesia

Disubmit: 18 November 2022; Diproses: 18 November 2022; Diaccept: 30 Desember 2022; Dipublish: 30 Desember 2022

*Corresponding author: liajey28@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas apa saja yang dilakukan pengunjung selama berada di *Fun Taste Street (Medan Night Market)* di Kota Medan Sumatera Utara dan untuk menganalisis bagaimana persepsi pengunjung terhadap Kuliner Malam di *Fun Taste Street (Medan Night Market)* Medan Kota, Sumatera Utara. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menyebarkan kusioner online kepada pengunjung yang berkunjung ke Medan Night Market. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori gastronomi dan teori persepsi. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep wisata kuliner, konsep makanan tradisional, konsep pengunjung, dan konsep atraksi wisata (4A). Hasil dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana persepsi pengunjung terhadap Kuliner Malam di *Fun Taste Street (Medan Night Market)* Kota Medan Sumatera Utara. Dan dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak manajemen dan pelaku bisnis di *Medan Night Market* agar dapat meningkatkan fasilitas dan kenyamanan.

Kata Kunci: Aktivitas Pariwisata; Persepsi Wisatawan; *Medan Night Market*.

Abstract

This study aims to find out what activities visitors do while at Fun Taste Street (Medan Night Market) Medan, North Sumatra and to analyze how visitors perceive Culinary Night at Fun Taste Street (Medan Night Market) Medan City, North Sumatra. The research method used in this study is a quantitative method by distributing online questionnaires to visitors who visit Medan Night Market. The theory used in this research is gastronomic theory and perception theory. The concepts used in this study are the concept of culinary tourism, the concept of traditional food, the concept of visitors, and the concept of tourist attractions (4A). The results of this study are to analyze how visitors perceive the Culinary Night at Fun Taste Street (Medan Night Market) Medan City, North Sumatra. And from this research, it can provide benefits for management and business people at Medan Night Market in order to improve facilities and comfort.

Keywords: Visitor's Activity, Perception Visitor's, Medan Night Market

DOI: <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v3i3.191>

Rekomendasi mensitasi :

Siswoko, Aliyah Jessica. & Sunarta, I Nyoman. (2022), Persepsi Pengunjung Terhadap Night Culinary Di Fun Taste Street (Medan Night Market) Kota Medan, Sumatera Utara. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Kesehatan (J-P3K)*, 3 (3): 248-250.

PENDAHULUAN

UNWTO *Second Report on Gastronomy Tourism* menjelaskan wisata kuliner telah muncul sebagai aspek sentral dari setiap pengalaman wisata. Ini mencakup praktik budaya, *landscape*, laut sejarah lokal, nilai-nilai dan warisan budaya. Makanan berfungsi sebagai suatu penghubung antara kita dengan warisan yang kita miliki, dan membangun komunitas. Dengan menggabungkan perjalanan dengan pengalaman makan dan minum, wisata makanan menawarkan “kesan tempat” yang baik bagi penduduk lokal maupun wisatawan (Ibnu Sasongko, dkk 2019)

“*Culinary* berasal dari Bahasa Inggris yang memiliki arti berhubungan dengan memasak atau makanan, sedangkan dalam istilah bahasa Indonesia diistilahkan dengan kata kuliner (Oxford Learner’s Dictionaries, 2020)”. Dikutip dari buku *Industri Pariwisata dan Kuliner* tahun 2020.

Wisata kuliner saat ini telah menjadi sebuah jenis wisata yang sangat banyak dampaknya bagi perkembangan ekonomi bagi suatu daerah. Salah satu nilai penting adalah menumbuhkan kembangkan potensi makanan khas asli daerah yang sepertinya mulai bergeser oleh produk-produk dari asing yang berorientasi seperti makanan asing. Maka dari itu, perlu dikemas sebuah bisnis untuk meningkatkan potensi ekonomi dengan cara menarik wisatawan yang berwisata di suatu daerah agar menikmati kuliner khas asli suatu daerah. Selain meningkatkan perekonomian daerah dan meningkatkan jumlah kunjungan, dengan adanya wisata kuliner dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata bagi suatu destinasi wisata. Kota Medan

terdapat salah satu wisata kuliner malam yang terkenal di kota Medan. Terinspirasi dari konsep Night Market di salah satu kota Bangkok dan Taiwan, ada seorang pemuda yang bergerak di bidang *event organizer* bernama Jimmy Kwok yang menghadirkan Fun Taste Street untuk memenuhi kegemaran masyarakat Medan terhadap kuliner. Pusat jajanan malam permanen pertama yang terdapat di Kota Medan ini berlokasi di Jln. Adam Malik Medan. Konsep *Medan Night Market* ini berbeda dengan *Food Street* lainnya, tempat ini sengaja dibuat untuk mengusung kenyamanan pengunjung sebagai keunggulannya yang dimana pengunjung yang berkunjung merasa nyaman dan terkesan

Medan Night Market buka pukul 18.00-00.00 WIB setiap malam tempat ini ramai dikunjungi pengunjung di seluruh kota Medan. Tempat ini sangat cocok untuk berburu kuliner dan menghabiskan waktu luang bersama teman, keluarga, saudara dan lainnya. Sangat banyak *stand/food court* yang berjejer di sepanjang area yang disediakan di tempat tersebut. Berbagai jenis makanan dan jajanan pun dijual di *Medan Night Market*, dari yang tradisional hingga modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini penting dilakukan karena untuk menganalisis mengenai persepsi orang-orang saat mengunjungi suatu tempat wisata agar dapat mengetahui bagaimana kesan ataupun komentar dari setiap pengunjung. Tinjauan penelitian sebelumnya sangat penting dilakukan untuk mengetahui perbandingan antara penelitian saat ini dan sebelumnya guna untuk

membandingkan keunggulan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan agar terhidar dari similarity (tidak terjadi kesamaan dalam penelitian). Tinjauan penelitian pertama dengan judul “Persepsi Masyarakat Tentang Objek Wisata Lorong Basah Night Culinary Kota Palembang” oleh Ismiralia, dkk tahun 2019, tinjauan penelitian kedua berjudul “Pengembangan Kuliner Lokal Berdasarkan Persepsi Wisatawan Di Ubud Bali” oleh Ni Komang Nariani tahun 2019, kemudian tinjauan penelitian ketiga dengan judul “Persepsi Pengunjung Terhadap Objek Wisata Pantai Lasiana Kupang” oleh Prizma Nova tahun 2019.

Dalam penelitian ini menggunakan serangkaian konsep untuk memudahkan analisis data dalam penelitian ini. Seperti konsep persepsi pengunjung (Fentri 2017), wisata kuliner (UNWTO *Second Report on Gastronomy Tourism* 2017), objek dan daya tarik wisata (dalam UU No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan), usaha pariwisata (UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata), daya tarik wisata (4A) (Cooper 1993 dalam Suwena 2010), Gastronomi (Gilleisole 2001:235 dalam Krisnadi 2018).

Metode penelitian ini adalah peneltiann kuantitatif dengan menyebarkan kusioner online (*google form*) kepada pengunjung yang berkunjung ke *Medan Night Market*. Untuk penentuan sampel, pada penelitian ini menggunakan rumusan slovin dalam perhitungan jumlah responden. Adapun rumusannya sebagai berikut;

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

KETERANGAN;
n = ukuran sampel yang akan dicari
N = ukuran populasi

e = *margin of error* merupakan kesalahan yang diharapkan atau ditetapkan (d disesuaikan tetapi semakin tinggi *margin of error* maka semakin sedikit sampel yang didapatkan)

Dari rumus diatas, maka besarnya jumlah sampel (n) adalah sebagai berikut;

$$n = \frac{3.758.631}{1+3.758.631^2}$$

$$n = \frac{3.758.631}{1+3.758.631 (0.01)} = 99,99 = 100$$

Dari perhitungan diatas diperoleh jumlah minimal sampel dari seluruh populasi sebanyak 99,99 responden atau jika dibulatkan menjadi 100 orang responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Medan merupakan salah satu kota terbesar ketiga yang ada di Indonesia, ibu Kota Medan adalah Provinsi Sumatera Utara. Dahulu kala Kota medan dikenal dengan nama Tanah Deli dan keadaan tanah masih berawa-rawa kurang lebih seluas 4000Ha. Beberapa sungai melintasi Kota Medan dan semuanya bermuara ke Selat Malaka. Sungai-sungai itu meliputi Sei Deli, Sei Babura, Sei Kambing, Sei Denai, Sei Putih, Sei Badra, Sei Belawan, Sei Belawan, dan Sei Sulang Saling/Sei Kera, di Kota Medan orang-orang menyebut sungai sebagai Sei. Medan juga merupakan pintu gerbang wilayah Indonesia bagian barat dan juga sebagai pintu gerbang bagi para wisatawan untuk menuju destinasi yang ada di Kota Medan.

The World Tourism Organization (WTO), aktivitas wisata adalah sebagai kegiatan manusia yang melakukan perjalanan (keluar dari lingkungan asalnya) untuk tidak lebih dari satu tahun berlibur, berdagang, atau urusan lain. (www.hsunny179blogspot.com) Saat libu-

ran ke suatu destinasi, selain berwisata di daya tarik wisata kita juga melakukan aktivitas wisata kuliner. Aktivitas wisata kuliner kerap dilakukan untuk mengenal destinasi, setiap destinasi di daerah-daerah pasti memiliki makanan khasnya masing-masing. Wisata kuliner juga bukan hanya makanan berat namun cemilan, jajanan juga termasuk ke dalam wisata kuliner.

Gastronomi bukan hanya sekedar mencicipi makanan dan minuman seperti berwisata kuliner yang dibayangkan, namun memiliki keinginan kuat untuk mengetahui asal sejarah, sisi budaya atau filosofi dari makanan dan minuman tersebut. Aktivitas yang dilakukan pengunjung saat berkunjung ke *Medan Night Market* juga melakukan aktivitas wisata kuliner seperti mencicipi makanan dan minuman yang mereka beli dari pedagang/penjual. Selain mencicipi makanan dan minuman yang ada disana para pengunjung juga dapat mempelajari dan mengenal asal sejarah, budaya dan filosofi dari makanan dan minuman tersebut. Adapun jenis kuliner yang ditawarkan di *Medan Night Market* berupa berbagai macam kuliner khas dari berberapa negara seperti Asia, Eropa, India dan lainnya. Ada *hotpot/steamboat*, martabak mesir India, dimsum, sushi, sate Padang, nasi lemak dan sebagainya.

Seperti yang diketahui bahwa dalam aktivitas pariwisata sangat di perlukan adanya amenities atau fasilitas-fasilitas pendukung lainnya. Amenitas merupakan berbagai fasilitas diluar akomodasi yang dimanfaatkan pengunjung selama berwisata di suatu destinasi. Amenitas ini bisa berupa rumah makan, restoran, toko cinderamata, dan fasilitas umum seperti;

sarana ibadah, kesehatan, tempat parkir, taman, tempat bermain anak dan lainnya.

Di *Medan Night Market* ini terdapat beberapa fasilitas untuk mendukung aktivitas wisata kuliner dan akomodasi bagi pengunjungnya yang pergi berkunjung, amenities ini sengaja di sediakan agar pengunjung yang berkunjung di suatu destinasi merasa senang dan nyaman maka dari itu pemilik/pengelola sengaja mengkemas destinasi wisatanya menjadi kreatif dan seunik mungkin agar membuat pengunjung terkesan. Fasilitas-fasilitas yang disediakan di Medan Night Market berupa tempat parkir, toilet, stand-stand makanan, spot-spot foto dan lain-lain yang merupakan akomodasi untuk para pengunjung. Amenitas ini dikemas dengan konsep unik agar para pengunjung tertarik dan merasa nyaman berada di tempat kuliner tersebut.

Dalam proses pengumpulan data persepsi pengunjung terhadap *Night Culinary* di *Fun Taste Street*, peneliti menggunakan dokumentasi, kusioner, studi keputakaan dan informasi-informasi dari internet dengan tujuan mengumpulkan data dengan cara-cara yang serius dan dengan langkah yang telah ditetapkan. Berikut ini akan dijelaskan mengenai persepsi pengunjung saat berkunjung ke *Fun Taste Street (Medan Night Market)*, dan identifikasi pengunjung terhadap produk yang di tawarkan di *Medan Night Market*.

Persepsi pengunjung adalah penilaian atau pandangan pengunjung terhadap sesuatu. Suatu objek wisata harus meningkatkan kualitas objek menjadi lebih baik guna mendapat persepsi positif. Persepsi dalam dunia pariwisata merupakan pendapat atau cara pandang

pengunjung maupun wisatawan dalam memahami suatu destinasi wisata. Dalam industri pariwisata setiap wisatawan memiliki kepribadian masing-masing sehingga melihat fenomena yang ada mereka memiliki persepsi masing-masing. (Fentri 2017)

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi sebuah persepsi mulai dari pelaku persepsi, objek yang dipersepsikan hingga situasi yang ada. Berdasarkan dari persepsi pengunjung yang sudah pernah berkunjung ke *Medan Night Market*, mereka sangat tertarik saat mengunjungi tempat kuliner tersebut, dari pertama kali juga sudah terkesan. Banyak dari pengunjung yang memberikan komentar positif dan ingin lebih sering mengunjungi tempat tersebut. Konsep yang diterapkan *Medan Night Market* sangat unik dan menarik sehingga membuat para pengunjung terkesan saat berkunjung dan melakukan aktivitas wisata di tempat tersebut.

Adapun untuk mempermudah mencari data dalam penelitian ini, peneliti menjabarkan pertanyaan untuk para pengunjung agar dapat mengidentifikasi tempat kuliner tersebut melalui kesan dan indera yang dimiliki. Data penelitian menggunakan konsep 4A (*Attractions, Amenities, Acessibility, Ancillary*) untuk mengidentifikasi Medan Night Market sebagai salah satu *Night Culinary* yang populer yang ada di Kota Medan.

Menurut Cooper 1993 (dalam Suwena 2010) bahwa daya tarik wisata dibagi menjadi 4 yaitu:

1. *Attraction*/atraksi merupakan atraksi wisata yang bisa dinikmati oleh wisatawan di suatu destinasi wisata

yang mencakup alam, budaya dan buatan. Berdasarkan dari hasil kusioner yang telah diberikan, para pengunjung merespon bahwa di Medan Night Market terdapat atraksi seperti; teknik/cara memasak pedagang yang unik, orang yang melantunkan *live band music* yang mengesankan dan berbagai spot-spot foto yang unik.

2. *Amenities*/fasilitas merupakan akomodasi yang mencakup sarana dan prasarana yang terdapat disuatu destinasi. Akomodasi adalah bangunan yang didirikan secara komersial seperti hotel, *homestay*, *villa resort* dan lainnya. Berdasarkan dari penelitian ini di dalam *Medan Night Market* telah disediakan berbagai fasilitas/akomodasi yang cukup lengkap dan nyaman, adapun fasilitas-fasilitas itu berupa tempat parkir, tempat ibadah, toilet, stand-stand makanan yang menawarkan banyak jenis makanan, dan fasilitas-fasilitas lainnya.

3. *Acessibility*/aksesibilitas merupakan akses menuju suatu daerah atau suatu destinasi, aksesibilitas terdapat transportasi darat, laut dan udara, serta komunikasi, jaringan telepon, dan jaringan internet. Akses untuk melewati jalan menuju Medan Night Market ini dapat di akses melalui jalan raya besar dengan melewati pusat kota, akses ini dapat menggunakan transportasi berupa motor, mobil dan transportasi umum.

4. *Ancillary*/pelayanan tambahan merupakan hal-hal yang mendukung sebuah kepariwisataan, seperti lembaga pengelola, *Tourist Information*, *Travel Agent* dan Stakeholder yang

berperan dalam kepariwisataan. Di Medan Night Market ini pengelolanya adalah investor-investor yang bergerak di bidang *event organizer* yang tertarik dengan wisata kuliner dan dibantu oleh pelaku jasa usaha (pedagang) untuk menawarkan dan mempromosikan Medan Night Market tersebut.

Berdasarkan persepsi dari pengunjung yang sudah pernah berkunjung ke *Medan Night Market*, banyak dari mereka yang mengidentifikasi bahwa harga produk yang dijual ada yang sesuai dan ada juga yang kurang sesuai. Alasan harga produk yang kurang sesuai dikarenakan sebagian dari pengunjung yang berpendapat bahwa beberapa produk yang ditawarkan harganya kurang sesuai dengan ukuran dan rasa dari makanannya dan kurang sesuai karena tidak lazim bagi kantong pelajar maupun mahasiswa.

Kuliner menjadi salah satu hal yang tidak bisa di pisahkan dari suatu daerah maupun Negara. Sama halnya seperti karakteristik dari letak geografis maupun budaya, kuliner sendiri juga memiliki peranan penting yang menjadi identitas dari suatu bangsa dan Negara. Tak perlu di pungkiri bahwa banyak Negara yang berlomba-lomba dalam mempromosikan kuliner khas agar semakin mendunia dan di kenal oleh masyarakat di seluruh penjuru dunia. Salah satu kuliner yang di kenal di dunia yaitu kuliner dari Indonesia, lezatnya kuliner Indonesia memang sudah diakui hingga ke mancanegara. Hal ini membuktikan bahwa kuliner Indonesia mempunyai rasa yang tak kalah lezat dengan kuliner yang terdapat di berbagai Negara. Beberapa hal

yang menjadi ciri khas kuliner Indonesia meliputi 5 macam yaitu:

1. Kaya akan rempah-rempah. Indonesia merupakan Negara yang kaya akan rempah-rempah. Tak heran jika rempah-rempah di Indonesia digunakan untuk bumbu masakan. Hal ini yang memberi ciri khas bagi masakan Indonesia yang dimana kaya akan rempah-rempah. Bagi orang luar negeri yang terbiasa makan tanpa rempah-rempah membuat mereka merasa aneh, tetapi jika sudah mencoba kuliner khas Indonesia mampu membuat mereka mereka ketagihan.
2. Pedas. Selain mengandung rempah-rempah, kuliner di Indonesia juga terkenal sebagai makanan dengan cita rasa yang pedas. Hampir semua masakan Indonesia menggunakan cabai sebagai bahan utama untuk membuat makanan, tak heran orang-orang di Indonesia sangat jago makan makanan yang pedas. Maka dari itu, banyak dari orang-orang di Indonesia yang meracik berbagai jenis sambal.
3. Gurih. Makanan yang ada kaitannya dengan rempah-rempah biasanya mempunyai rasa yang gurih. Salah satu ciri khas makanan khas Indonesia adalah rasa gurih. Biasanya masakan Indonesia ditambahkan santan kelapa agar makanannya terasa gurih. Makanan yang gurih bisa dibuat sebagai camilan, gorengan, lauk dan beberapa jajanan tradisional Indonesia.
4. Manis. Tak hanya gurih, makanan Indonesia juga sangat identik dengan rasa manis. Makanan yang manis bukan hanya untuk kue atau camilan. Namun juga berlaku untuk makanan

berat, seperti yang kita ketahui bahwa rata-rata masakan khas daerah Jawa Tengah memiliki cita rasa yang manis karena hal ini sudah menjadi ciri khas dari masakan daerah tersebut.

5. Berlemak. Ciri khas lain dari masakan Indonesia adalah berlemak. Banyak dari masakan Indonesia yang bahan dasarnya dimasak menggunakan santan sehingga membuat masakan tersebut menjadi berlemak. Salah satu contohnya adalah masakan khas Sumatera, berbagai macam masakan khas Sumatera berbahan dasar dari santan biasanya masakan tersebut berasal dari Padang, Minangkabau dan Medan yang sangat identik dengan menyajikan masakan dengan santan yang kental. Tak hanya dalam masakan, terkadang santan juga bisa digunakan dalam pembuatan kue maupun jajanan tradisional.

Setiap Negara pasti memiliki ciri khas kulinernya sendiri termasuk juga Indonesia. ciri khas inilah yang menjadi daya tarik Indonesia bagi orang luar negeri. Karena di Negara mereka memiliki jenis kuliner yang berbeda dengan kuliner di Indonesia, maka dari itu, kita sebagai warga Negara patut bangga dengan karakteristik kuliner lokal yang ada di daerah Indonesia ini. Adapun karakteristik kuliner yang di tawarkan merupakan kuliner lokal dari Kota Medan yang di kemas oleh masyarakatnya. Selain kuliner lokal, di Medan Night Market juga menawarkan berbagai jenis makanan yang populer di Asia, Eropa, India dan lain sebagainya. Makanan dari Asia biasanya berupa *Chinese Food*, *Korean Food*, *Japanese Food* dan lainnya. Akan tetapi, di Kota Medan sendiri lebih banyak

menyediakan *Chinese Food* karena umumnya masyarakat Kota Medan adalah dari suku Tionghoa dan *Chinese Food* merupakan salah satu kuliner yang populer di Kota Medan. Selain itu, kuliner yang populer adalah dari India, makanan dari India juga sangat populer karena di Kota Medan sendiri juga banyak masyarakat Tamil yang berbisnis di bidang kuliner. Maka dari itu, tidak usah dihiraukan lagi bahwa Kota Medan merupakan salah satu wisata kuliner yang paling populer di Indonesia. Banyak yang sengaja berlibur ke Medan hanya untuk mencicipi masakan khas dari Medan, konon katanya banyak yang memberi pendapat bahwa masakan di Medan menggunakan santan yang kental sehingga membuat cita rasa masakan tersebut menjadi lebih gurih dan nikmat.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi. Sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi dapat didefinisikan juga sebagai tanggapan yang cepat dan indra penerima terhadap stimulant dasar seperti cahaya, warna dan suara.

Persepsi pengunjung adalah penilaian atau pandangan pengunjung terhadap sesuatu. Suatu objek wisata harus meningkatkan kualitas objek menjadi lebih baik guna mendapat persepsi positif. Persepsi dalam dunia pariwisata merupakan pendapat atau cara pandang pengunjung maupun wisatawan dalam memahami suatu destinasi wisata.

Aktivitas yang dilakukan pengunjung di Fun Taste Street (Medan Night Market) Berdasarkan persepsi pengunjung yang berkunjung, aktivitas yang mereka lakukan di Medan Night Market adalah melakukan wisata kuliner dengan membeli dan mencicipi produk (makanan & minuman) yang ditawarkan di Medan Night Market. Selain berwisata kuliner, wisatawan lokal biasanya menghabiskan waktu luang seperti memanfaatkan Leisure & recreation mereka dengan cara berkumpul dan melakukan kegiatan lainnya dengan cara berfoto selfi di beberapa spot foto yang terdapat di Medan Night Market.

Kuliner menjadi salah satu hal yang tidak bisa di pisahkan dari suatu daerah maupun Negara. Sama halnya seperti karakteristik dari letak geografis maupun budaya, kuliner sendiri juga memiliki peranan penting yang menjadi identitas dari suatu bangsa dan Negara. Tak perlu di pungkiri bahwa banyak Negara yang berlomba-lomba dalam mempromosikan kuliner khas agar semakin mendunia dan di kenal oleh masyarakat di seluruh penjuru dunia. Salah satu kuliner yang di kenal di dunia yaitu kuliner dari Indonesia, kelezatan kuliner Indonesia memang sudah diakui hingga ke mancanegara. Ciri khas makanan Indonesia identik dengan rempah-rempah, rasa gurih, pedas, manis dan berlemak.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper C, dkk. (1998). *Tourism Principles and Practice*. Singapore: Pearson Education Asia Pte.
- Elvarizki, Prima Nova (2019). *"Persepsi Pengunjung Terhadap Obyek Wisata Pantai Lasiana Kupang, Nusa Tenggara Timur"*. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung (STP Bandung). Vol 1-89.

- Ismiralia, dkk. (2019). *"Persepsi Masyarakat Tentang Objek Wisata Lorong Basah Night Culinary Kota Palembang"*. Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang, Sumatera Selatan. *Jurnal Inovation Bisnis* 7. Vol 91-96.
- Industri Pariwisata dan Kuliner oleh Robert Tua Siregar, dkk. (2020). ISBN:978-623-6761-63-2
- Nariani, Komang (2019). *"Pengembangan Kuliner Lokal Berdasarkan Persepsi Wisatawan Di Ubud, Bali"*. Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional (STPBI). *JOURNEY* 1(2): 85-98.
- Sunarta I Nyoman, et. al (2020). *"Green Village Destination" Development Strategy Based On Ecgo Bike In Pelaga District Petang Badung Bali Indonesia*. *Sys Rev Pharm* 2020: 11 (12) : 259-266 A multifacted review journal in the field of pharmacy. Vol 11, Issue 12 Desember 2020.
- UU No.10 Tahun 2009 Tentang kepariwisataan.
- UU No.9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataan.
- Sasongko, dkk (2019). *"Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner Di Sepanjang Koridor Jalan Soekarno Hatta, Kota Malang"*. *Development Strategy Of Culinary Tourism Area In The Corridor Of Soekarno Hatta*. Perencanaan Wilayah dan Kota. Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Institut Teknologi Nasional Malang.
- Krisnadi (2018). *"Gastronomi Makanan Betawi Sebagai Salah Satu Identitas Budaya Daerah"*. *Hospitality dan Pariwisata, Universitas Bunda Mulia, Jakarta. National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development*. Universitas Bunda Mulia, Jakarta 5-8 September 2018. E-ISSN No: 2622-7436.
- Fentri (2017). *"Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Taman Wisata Alam Hutan Rimbo Tujuh Danau DI Desa Wisata Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Riau"*. *Departement of Administration- Tourism Studies Program Faculty of Social and Political Science Riau University*. *JOM FISIP* Vol. 4 No. 2 t Oktober 2017.

www.hsunny179blogspot.com