

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, H. (2005). *Kamus besar bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka.
- Araujo, E. B. (2016). Pengembangan Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata di Dili, Timor Leste. *Jurnal Master Pariwisata*, 3(1), 15-22.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astina, I. B. K. (2009). Simbiosis Kepariwisata, Lingkungan Hidup, dan Konservasi Budaya di Indonesia. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 9(1), 68-74.
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. (2021). Kota Surabaya Dalam Angka 2021. Diambil dari <https://surabayakota.bps.go.id/publication/2021/02/26/b211aaf09579fe2603e56d0f/kota-surabaya-dalam-angka-2021.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. (2022). Kota Surabaya Dalam Angka 2022. Diambil dari <https://surabayakota.bps.go.id/publication/2022/02/25/e65b36a5a3abccf19e24dd79/kota-surabaya-dalam-angka-2022.html>
- Bungin, B. (2017). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Chi, C. G., Chua, B. L., Othman, M. & Karim, S. A. (2013). Investigating the structural relationships between food image, food satisfaction, culinary quality, and behavioral intentions: The case of Malaysia. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 14, 99-120.
- Choe, J. Y. & Kim, S. (2018). Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 1-10.
- Clinton, B. (2018). 10 Kota Tujuan Wisata Terpopuler Menurut Google. Diambil dari

<https://tekno.kompas.com/read/2018/10/09/17320017/10-kota-tujuan-wisata-terpopuler-di-indonesia-menurut-google>

- Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. (2017). Demografi Kota Surabaya. Diambil dari <http://dpm-ptsp.surabaya.go.id/v3/pages/demografi>
- Erkman, E. (2019). Managing restaurant attributes for destination satisfaction: What goes beyond food. *Administrative Science*, 19, 1-11.
- Govers, R. & Go, F. (2003). Deconstruction destination image in the transformation age. *Information Technology and Tourism*, 6(1), 13-29.
- Harsana, M., Baiquni, M., Harmayani, E., & Widyaningsih, Y. (2018). Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng Sebagai Daya Tarik Wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Home Economics Journal*, 2(2), 40-47.
- Hendriyani, I. G. A. D. & Massenga, L. M. (2019). Persepsi wisatawan terhadap minuman tradisional Bali sebagai signature drink: Studi pada Loloh Cemcem di Desa Wisata Penglipuran, Bali. *Jurnal Gastronomi*, 7(1), 76-86.
- Kartini, N. L. & Wahyuningsih, S. (2021). Ekspektasi dan persepsi wisatawan terhadap makanan tradisional di Badung Selatan, Bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(2), 181-190.
- Kim, S., Choe, J. Y. & Kim, P. B. (2020). Effects of local food attributes on tourist dining satisfaction and future intention: The moderating role of food culture difference. *Journal of China Tourism Research*, 18, 121-143.
- Kivela, J. & Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourist experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2002). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode riset untuk bisnis & ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

- Kurniawan, D. A. A., Karenila, K. & Jokom, R. (2017). Analisa Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Niat Berperilaku Melalui Emosi Konsumen di Domicile Kitchen & Lounge Surabaya. *Jurnal Hospitality & Manajemen Jasa*, 5(1), 111-123.
- Long, L. (1988). Culinary tourism: A folkloristic perspective on eating and otherness. *Southern Folklore*, 55(3), 181-204.
- Lovelock, C. & Wright, L. K. (2005). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Madhusankha, W. A. I., Ranaweera, R. A. A. K. & Idroos, A. A. (2020). Study on tourists perception on selecting local food restaurants - Especial reference on backpacker tourists to Ella, Sri Lanka. *Journal of Business and Management*, 22(3), 20-28.
- Martilla, J. A. & James, J. C. (1977). Importance performance analysis. *Journal of Marketing*, 41, 77-79.
- Moleong, L., J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurlaela, L. & Afifah, C. A. N. (2013). *Khasanah kuliner tradisional Jawa Timur*. Surabaya: Revka Petra Media.
- Pestek, A. & Cinjarevic, M. (2014). Tourist perceived image of local cuisine: The case of Bosnian food culture. *British Food Journal*, 116(11), 1821-1838.
- Pitanatri, P. D. S. (2015). *Pengembangan kuliner Bali untuk mendukung pariwisata budaya di Ubud*. Tesis: Universitas Udayana.
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring customer satisfaction, teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan plus analisis kasus PLN-JP*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Rangkuti, F. (2003). *Riset pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Richards, G. (2009). Tourism development trajectories: From culture to creativity?. *Journal Tourism Research & Marketing*.
- Riduwan. (2009). *Skala pengukuran variabel-variabel penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Robinson, R. N. S. & Getz, D. (2014). Profiling potential food tourists: An Australian study. *British Food Journal*, 116(4), 690-706.
- Rozekhi, N. A. et al. (2016). The influence of food quality on customer satisfaction in fine dining restaurant: Case in Penang. *International Academic Research Journal of Business and Technology*. 2(2), 45-50.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.
- Sayangbatti, D. P. & Baiquni, M. (2013). Motivasi dan persepsi wisatawan tentang daya tarik destinasi terhadap minat kunjungan kembali di Kota Wisata Batu. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 5(2), 126-136.
- Sedarmayanti. (2014). *Manajemen strategi*. Bandung: Refika Aditama.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach*. 7th Edition. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Setiadi, N., J. (2010). *Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Stanley, J. & Stanley, L. (2015). *Food tourism: A practical marketing guide*. United Kingdom: CPI Group.
- Stone, M. J., Migacz, S. & Wolf, E. (2018). Beyond the journey: The lasting impact of culinary tourism activities. *Current Issues in Tourism*, 22, 147-152.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sumaryadi & Pah, J. G. (2010). Kajian wisata kuliner kota Bandung. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 5(4), 473–492.
- Suryadana, M. L. (2014). Analisis sikap wisatawan terhadap beberapa objek wisata alam unggulan di provinsi jawa barat. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*. 11(1), 1-5.
- Suryawan, S. & Dharmayanti, D. (2013). Analisa hubungan antara experiential marketing, customer satisfaction dan customer loyalty cafe nona manis grand city mall surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(3).
- Suwantoro, G. (1997). *Dasar-dasar pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Turgarini, D. (2018). *Gastronomi sunda sebagai atraksi wisata di Kota Bandung*. Disertasi: Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Turgarini, D., Hajiman. & Ningsih, C. (2021). Persepsi wisatawan terhadap tradisi makan bedulang sebagai wisata gastronomi di Belitung Timur. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(1), 13-31.
- Walgito, B. (2010). *Pengantar psikologi umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widodo, D. I. (2010). *Monggo dipun badhog*. Surabaya: Dukut Publishing.
- Yoeti, O. A. (2002). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Zaltman, G. & Wallendorf, M. (1979). *Consumer behavior: Second edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Zhang, T., Chen, J. & Hu, B. (2019). Authenticity, Quality, and Loyalty: Local Food and Sustainable Tourism Experience. *Sustainability*, 11, 1-18.