UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Motivasi Wisatawan Terhadap Konsumsi Makanan Tradisional Jajanan Pasar Kawasan Kotagede
Vania Azra Erina, Dr. Tular Sudarmadi, M.A
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Yogyakarta terkenal sebagai kota dengan berbagai daya tarik wisata. Kotagede sebagai kawasan bersejarah peninggalan Kerajaan Mataram Islam memiliki beragam makanan tradisional jajanan pasar yang masih dipertahankan hingga saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi wisatawan terhadap konsumsi makanan tradisional jajanan pasar di kawasan Kotagede. Penelitian ini mengaplikasikan teori motivasi wisatawan terhadap konsumsi makanan lokal dari Kim dan Eves (2014) yang terdiri atas tiga variabel yang telah disesuaikan dengan penelitian di kawasan Kotagede, yaitu Pengalaman Kebudayaan (*Cultural Experience*), Antusiasme (*Excitemen*t), dan Hubungan Interpersonal (*Interpersonal Relationship*). Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada 102 wisatawan yang pernah mengonsumsi makanan tradisional jajanan pasar di kawasan Kotagede. Dengan metode kuantitatif deskriptif, didapatkan hasil bahwa rata-rata nilai dari ketiga variabel motivasi wisatawan terhadap makanan tradisional jajanan pasar di kawasan Kotagede adalah 3,40 dengan kategori sangat tinggi.

Kata kunci : Kotagede, Motivasi Wisatawan, Makanan Tradisional

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Motivasi Wisatawan Terhadap Konsumsi Makanan Tradisional Jajanan Pasar Kawasan Kotagede
Vania Azra Erina, Dr. Tular Sudarmadi, M.A
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

Yogyakarta is well known as a city with a variety of tourist attractions. Kotagede is an area that was part of the Islamic Mataram Kingdom. Various traditional local snacks and market delicacies have been preserved to this day. This research aims to identify tourists' motives for eating traditional market snacks in the Kotagede area. This research applied Kim and Eves (2014) concept of tourist motivation to local food consumption, which consists of three variables adjusted to the context of Kotagede: Cultural Experience, Excitement, and Interpersonal Relationship. Data were collected via questionnaires from 102 tourists who had ever eaten traditional market snacks in the Kotagede area. Using a descriptive quantitative method, The results show that the average score for the three motivational variables is 3.40, indicating a very high motivation to consume traditional market snacks in Kotagede.

Keywords: Kotagede, Tourist Motivation, Traditional Food