

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP  
KUNJUNGAN WISATA KULINER DI PRAWIROTAMAN  
YOGYAKARTA**

**ARTIKEL ILMIAH**

Disiapkan sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun oleh:

Nama : Fitria Masriani  
NIM : 2307662  
Program Studi : Pariwisata  
Jenjang : Strata Satu / S-1

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA**

**2024**

# **PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP KUNJUNGAN WISATA KULINER DI PRAWIROTAMAN YOGYAKARTA**

Fitria Masriani

2307662

## **ABSTRACT**

*Prawirotaman, a tourist destination in Yogyakarta, is increasingly popular among both local and international tourists. Every year, the area experiences a rise in the number of visitors, which is suspected to be influenced by the content shared on social media, particularly TikTok. This study aims to analyze the impact of TikTok on culinary tourism preferences in Prawirotaman. The research was conducted from August to October 2023 using a quantitative approach. The analysis reveals that TikTok has an influence of 70.9% on visitors' decisions when choosing culinary destinations in Prawirotaman. These findings suggest that culinary content shared on TikTok significantly affects tourists' interest in visiting local culinary spots. This study provides valuable insights for tourism industry stakeholders in designing marketing strategies for culinary tourism destinations by leveraging social media as a promotional tool that can reach a broader and more diverse audience.*

*Keywords : TikTok Social Media, Culinary Tourism, Prawirotaman*

## **ABSTRAK**

Prawirotaman, sebuah destinasi wisata di Yogyakarta, semakin diminati oleh wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Setiap tahunnya, kawasan ini mengalami peningkatan jumlah kunjungan, yang diduga dipengaruhi oleh konten-konten yang tersebar di media sosial, terutama TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial TikTok terhadap preferensi wisata kuliner di Prawirotaman. Penelitian dilakukan pada Agustus hingga Oktober 2023 dengan pendekatan kuantitatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa media sosial TikTok memiliki pengaruh sebesar 70,9% terhadap keputusan pengunjung dalam memilih destinasi kuliner di Prawirotaman. Temuan ini mengindikasikan bahwa konten-konten kuliner yang dibagikan melalui TikTok. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pelaku industri pariwisata dalam merancang strategi pemasaran destinasi wisata kuliner dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang dapat menjangkau audiens lebih luas dan beragam.

**Kata Kunci : Media Sosial TikTok, Wisata Kuliner, Prawirotaman**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Indonesia adalah salah satu negara dengan potensi pariwisata yang kaya. Sektor pariwisata adalah yang memanfaatkan suatu destinasi yang dikembangkan agar memperoleh pendapatan dan masyarakat menjadi manusia yang terbuka wawasannya. Menurut Rahayu (2022) pariwisata mencakup semua kegiatan manusia yang melakukan perjalanan dan tinggal di luar lingkungan sehari-hari mereka selama kurang dari satu tahun, dengan tujuan berlibur. Kegiatan ini melibatkan berbagai fasilitas, layanan, dan elemen pendukung yang disediakan oleh pemerintah dan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan. Sedangkan menurut Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif (2023), pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah.

Menurut Ronny (2021), Segala jenis aktivitas yang berkaitan dengan wisatawan dapat dikategorikan sebagai kegiatan pariwisata. Ini mencakup berbagai kegiatan seperti pembangunan hotel, restorasi situs budaya, pembangunan pusat hiburan, penyelenggaraan pekan pariwisata, serta kegiatan transportasi dan lain-lain, selama semua kegiatan tersebut melibatkan wisatawan sebagai peserta atau pihak yang terlibat. Menurut berbagai definisi di atas, pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan wisata yang dilakukan

seseorang atau kelompok selama waktu yang ditentukan. Salah satu daya tarik wisata yang ada di Indonesia adalah wisata kuliner, menurut Organisasi Pariwisata Dunia (2023) wisata kuliner adalah kegiatan mengunjungi tempat-tempat yang berkaitan dengan makanan dan minuman, baik secara tradisional maupun modern, dengan tujuan untuk berekreasi dan menikmati pengalaman gastronomi yang unik dan mengesankan. Menurut Sunaryo (2019) wisata kuliner merupakan suatu cara untuk menggali budaya sebuah daerah melalui pengalaman gastronomi yang disajikan, sehingga memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang masyarakat setempat. Sementara itu Rona (2019) menjelaskan wisata kuliner merupakan salah satu alternatif wisata yang dapat memberikan pengalaman tentang satu daerah tanpa harus datang ke daerah tersebut. Meskipun wisata kuliner sering dianggap sebagai produk wisata pelengkap, tetapi wisata kuliner potensial untuk dikembangkan karena wisatawan cenderung lebih memilih untuk berkunjung ke pusat kuliner dibandingkan *landmark* yang sudah banyak dikunjungi wisatawan (Besra, 2019).

Kampung Prawirotaman merupakan salah satu destinasi wisata yang menarik bagi turis mancanegara maupun domestik di Yogyakarta. Pada awalnya Kampung Prawirotaman merupakan kampung penghasil batik, namun seiring dengan perkembangan minat wisata Prawirotaman dikenal sebagai destinasi wisata kuliner yang populer dikalangan wisatawan yang datang ke Yogyakarta. Dalam bulan Desember 2023 Kampung Prawirotaman ada sekitar

13.298 wisatawan yang berkunjung ke Kampung Prawirotaman (PusPar, 2023), jumlah ini mengalami peningkatan sebanyak 14% dari bulan Desember tahun 2022 yaitu sebanyak 11.650 wisatawan (Fitria, 2023). Hal ini disebabkan oleh banyaknya *content creator* yang memberikan ulasan di media sosial mengenai wisata kuliner yang ada di Kampung Prawirotaman Hasan (2019).

Media sosial berfungsi sebagai *platform* di mana orang-orang dapat berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, dan bertukar informasi serta gagasan. Interaksi ini bisa dilakukan melalui berbagai bentuk konten, seperti kata-kata, gambar, dan video, dalam sebuah jaringan atau komunitas virtual (Saputra, 2019). Oleh sebab itu, media sosial memungkinkan pengguna untuk terhubung dan berkomunikasi dalam ruang digital yang melibatkan berbagai jenis media seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan Twitter atau yang sekarang menjadi X tidak hanya memudahkan orang untuk berbagi informasi, tetapi juga berperan besar dalam membentuk opini dan preferensi dalam menentukan destinasi wisata kuliner. Dalam lima tahun terakhir jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat. Salah satunya adalah TikTok, TikTok merupakan sebuah aplikasi yang berasal dari China yang rilis pada September 2016 (8 tahun) namun jumlah pengguna nya sudah hampir menyamai Facebook yang rilis tahun 2004 dan Youtube yang rilis tahun 2005 Rahmatullah & Dwi Yuliati (2022) fenomena ini membuat penulis tertarik untuk fokus pada aplikasi TikTok dalam penelitian ini .

Table 1 : Data pengguna media sosial di Indonesia

	Facebook	Instagram	Tiktok	Youtube
2020	130 juta	63 juta	32 juta	78 juta
2022	145 juta	67 juta	87 juta	89 juta
2022	256 juta	124 juta	176 juta	96 juta
2023	265 juta	156 juta	257 juta	123 juta
2024	365 juta	244 juta	288 juta	354 juta

(Sumber: Data APJII 2020-2024)

Fenomena ini memberikan dampak yang signifikan terhadap cara konsumen mencari informasi dan membuat keputusan, Misalnya, unggahan foto makanan yang menarik di Instagram atau ulasan positif di *platform* seperti *TripAdvisor* atau *Google Reviews* dapat meningkatkan visibilitas sebuah restoran dan menarik lebih banyak pengunjung. Dalam beberapa penelitian sebelumnya, telah ditemukan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Salah satunya Hasan (2019) menjelaskan Peran media sosial sebagai media sarana informasi sangat besar, hal ini disebabkan karena media sosial dapat memberikan layanan informasi yang cepat, akurat dan terjangkau, terbukti dengan dari 116 responden, sebagian besar responden yaitu 82 orang (70,7%) menggunakan media sosial untuk mengetahui informasi pariwisata. Pendapat ini juga di perkuat dengan penelian Mamuaya (2023) penggunaan media sosial dianggap efektif dalam memberikan informasi. Hadirnya media sosial sangat memudahkan para wisatawan untuk

mencari informasi wisata kuliner yang ada di karena terdapat beragam konten-konten mengenai rekomendasi tempat kuliner yang menarik. Media sosial, terutama platform seperti TikTok, telah mempermudah wisatawan dalam mencari informasi mengenai wisata kuliner melalui berbagai konten yang memberikan rekomendasi tempat kuliner yang menarik. Dengan demikian, penting untuk memahami pengaruh media sosial terhadap wisata kuliner di Prawirotnan, karena media sosial tidak hanya berperan sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sumber informasi utama yang dapat memengaruhi keputusan wisatawan.

Sementara itu hasil penelitian dari Utami et al., (2022) Wisata kuliner dipengaruhi oleh daya tarik dan citra destinasi meskipun hanya dalam batas tertentu. Analisis dalam penelitian tersebut menunjukkan nilai determinasi sebesar 0,769, yang berarti bahwa 76,9% niat berwisata kuliner dipengaruhi oleh cara pandang terhadap daya tarik dan citra destinasi, sementara sisanya, sebesar 23,1%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya seperti *review* dan rasa penasaran. Oleh karena itu, dengan adanya perbedaan persepsi yang muncul dalam penelitian-penelitian sebelumnya, pengaruh media sosial TikTok terhadap wisata kuliner di Prawirotnan, Yogyakarta, menjadi topik yang sangat relevan untuk dibahas dalam penelitian ini. Pemahaman tentang bagaimana TikTok memengaruhi pilihan dan pengalaman wisatawan di bidang kuliner akan memberikan wawasan yang berharga, serta kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran dalam industri pariwisata lokal.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh media sosial TikTok terhadap kunjungan wisata kuliner di Prawirotaman Yogyakarta?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh media sosial TikTok terhadap kunjungan wisata kuliner di Prawirotaman Yogyakarta?

## **1.4 Manfaat penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat secara teori dan praktisi.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna untuk bidang akademis dan keilmuan di masa depan dan juga memberikan informasi tentang wisata kuliner di Prawirotaman.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Instansi

Membantu memberikan informasi dan juga wawasan tentang pengaruh media sosial TikTok terhadap wisata kuliner di Prawirotaman.

b. Bagi Masyarakat

Membantu masyarakat untuk memaksimalkan potensi wisata kuliner di prawirotaman melalui pertukaran informasi di media sosial.

c. Bagi penulis

Mendapat wawasan mendalam dan pengalaman berharga tentang objek yang diteliti serta memberikan informasi hasil observasi tentang wisata kuliner Prawirotaman.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan yang digunakan penulis dan menyusun artikel ilmiah ini sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN, bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, literasi penelitian dan sistematika penulisan.
2. BAB II KAJIAN TEORI DAN KAJIAN LITERATUR, bab ini menjelaskan tentang kajian literatur jurnal yang relevan dengan penelitian dan kajian teori dari buku.
3. METODE PENELITIAN, pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang di gunakan.
4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, pada bab ini menjelaskan representasi data serta hasil yang diperoleh dan hubungan dengan teori yang berlaku.

5. BAB V PENUTUP, pada bab ini memuat simpulan hasil analisis serta saran untuk penelitian.

## **BAB IV PENUTUP**

### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini membahas pengaruh media sosial TikTok terhadap kegiatan wisata kuliner di kawasan Prawirotaman, Yogyakarta. Selama penelitian, peneliti mengidentifikasi beragam pengalaman yang dapat ditemukan di objek wisata kuliner ini, yang menawarkan berbagai jenis kuliner khas dari berbagai daerah di Indonesia maupun luar negeri. Prawirotaman dikenal sebagai kawasan yang tidak hanya menawarkan cita rasa lokal, tetapi juga menjadi tempat yang menarik bagi wisatawan untuk mencoba makanan internasional. Selain itu, kawasan ini juga memiliki daya tarik yang kuat di kalangan pengguna media sosial, terutama TikTok, yang sering menjadi platform untuk berbagi rekomendasi kuliner dan pengalaman wisata.

Setelah melakukan analisis data dan uji hipotesis, penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial TikTok memiliki pengaruh yang signifikan sebanyak 70,9% terhadap kegiatan wisata kuliner di Prawirotaman. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga berperan penting dalam mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi kuliner. Dengan konten-konten yang viral dan rekomendasi kuliner dari pengguna lain, TikTok telah menjadi salah satu faktor yang mendorong minat wisatawan untuk mengunjungi kawasan Prawirotaman dan mencicipi beragam kuliner yang ditawarkan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh media sosial TikTok terhadap wisata kuliner di Prawirotaman, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan kegiatan wisata kuliner di kawasan Prawirotan.

- a. Pelaku usaha kuliner sebaiknya memanfaatkan platform TikTok dengan menciptakan konten menarik, seperti video pendek yang menampilkan proses memasak, ulasan makanan, atau pengalaman pelanggan, agar dapat menarik perhatian lebih banyak wisatawan.
- b. Kolaborasi dengan influencer atau kreator konten di TikTok yang memiliki pengikut relevan dapat membantu memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan kepercayaan wisatawan. Interaksi aktif dengan pengguna juga penting, seperti menjawab komentar dan merespons ulasan, untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka.
- c. penting bagi pelaku usaha untuk selalu meningkatkan kualitas produk dan layanan, karena pengalaman positif pelanggan akan mendorong mereka untuk membagikan pengalaman tersebut di media sosial. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan wisata kuliner di Prawirotaman dapat semakin berkembang dan menarik lebih banyak wisatawan melalui pemanfaatan media sosial yang optimal.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi persepsi wisatawan terhadap wisata malam di Prawirotaman, dengan fokus pada pemahaman apakah wisatawan merasa bahwa kegiatan wisata malam di kawasan ini menawarkan pengalaman yang berbeda dibandingkan dengan wisata pada siang hari. Beberapa faktor yang dapat dieksplorasi antara lain suasana yang tercipta di malam hari, variasi kuliner yang tersedia, jenis hiburan atau aktivitas yang ditawarkan, serta aspek lain yang dapat menarik perhatian wisatawan. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai daya tarik wisata malam di Prawirotaman dan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan dalam memilih destinasi tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang*. 14(2), 135–145.  
<https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Adnyana, I. M. D. M. (2021). *Populasi dan Sampel Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Vol. 14, Issue 1). Media Sains Indonesia.  
[https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/354059356\\_Metode\\_penelitian\\_pendekatan\\_kuantitatif](https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/354059356_Metode_penelitian_pendekatan_kuantitatif)
- Aldila, A., Rahmadhany, A., & Irwansyah. (2021). Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 1–9.  
<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>
- Anam, R. (2024). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI DESA WISATA NGLANGGERAN D.I. YOGYAKARTA*. Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo.
- APJI. (2022). Laporan Survei Internet APJII 2011-2022. *Apjii*, April, 2–5.
- Besra, E. (2019). *Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang*. 12(1), 71. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/jrab.v12i1.402>
- Daniel, P. M. (2024). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH DESTINASI WISATA KULINER DI KOTA SURABAYA*. 1(1), 140–157. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- David S. Moore, G. P. (2016). *The practice of statistics for business and economics*. W. H. Freeman and Company.
- Dewa, C. B., & Lina, A. S. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Kuliner*, 12(2), 23.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. (2020). Kajian Jumlah Kunjungan Wisata Kota Yogyakarta Tahun 2020. In *Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta*. dinas pariwisata kota Yogyakarta.
- Esmeralda, Esmeralda, Althon K. Pongtuluran, and C. P. (2023). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Word Of Mouth dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Sawah Kalimbuang Kabupaten Toraja Utara*. 2, 12-.

<https://doi.org/https://doi.org/10.59024/semnas.v2i2.244>

- FAJRIANI, A. (2022). *PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN STEAK RANJANG BANDUNG (STUDI KASUS PADA PENGGUNA INSTAGRAM DI BANDUNG TAHUN 2022)*. Universitas Telkom.
- Fitria, T. A., & Dana, D. (2023). *ADAPTASI RUANG DI KAMPUNG PRAWIROTAMAN YOGYAKARTA (Adaptive Space Form in Kampung Prawirotaman Yogyakarta)*. 1(3), 92–96.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.35747/jaml.v1i2.783>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- HASAN, A. N. M. (2019). *MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA INFORMASI PARIWISATA KOTA YOGYAKARTA (Studi Kasus Backpacker di Kawasan Prawirotaman)*. universitas gajag mada.
- Indonesia Internet Provider Association. (2020). Di Balik Tren Edge Data Center di Indonesia. In *Buletin APJII* (Vol. 91, Issue 1). APJII.  
<https://apjii.or.id/downfile/file/BULETINAPJIIEDISI91Juli2021.pdf>
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34.  
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Irfan Syahroni, M., STIT Al-Aziziyah, D., & TGH Umar Abdul Aziz Kapek Gunung Sari Lombok Barat, J. I. (2023). PROSEDUR PENELITIAN KUANTITATIF. *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat*, 1(3), 77.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.62552/ejam.v2i3.50>
- Janna, M. (2021). KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS. *Penelitian Kuantitatif*, 1(5), 55.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Jordan, P. (2023). Affiliate Members Global Report, Volume 4 - Global Report on Food Tourism. *Report on Food Tourism*, 4(6), 48.  
<https://doi.org/10.18111/9789284414819>
- Khofifah. (2019). *Perubahan Sosial Ekonomi Kampung Prawirataman, Yogyakarta 1920- 1975*". Universitas Sanata Dharma.
- Mafulla, D., & Kholik, A. (2021). Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Promosi Online Kawasan Wisata Pacet Mojokerto. *El-Idarah (Jurnal Manajemen)*, 1 no 2(2), 1–8.

<https://doi.org/https://doi.org/10.31294/par.v4i1.1798>

- Mamuaya, Nova Ch., B. I. M. (2023). *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL YOUTUBE SEBAGAI SUMBER INFORMASI WISATA KULINER JAKARTA BAGI WISATAWAN*. 2(3), 310–324.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.33578/mbi.v17i6.238>
- Maulana, Y. S. (2020). *Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar)*. 5(1), 56. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.35314/inovbiz.v8i1.1313>
- Muhammad, A. (2023). *laporan pengguna media sosial di indonesia* (Vol. 3). APJII.
- Muqaddasah. (2019). *Peran Cafe dalam Kawasan Pariwisata di Prawirotaman-Tirtodipuran, Yogyakarta* [universitas gajah mada].  
<https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/97945>
- Narottama, N. (2022). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DESTINASI WISATA KULINER DI KOTA DENPASAR*. Universitas Udayana.
- Nasution, A. (2021). *Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Medan (studi kasus di Tas Coffe)*. 6(1), 34. <https://doi.org/https://doi.org/10.46576/jbc.v6i1.1484>
- PusPar. (2023). *Kajian Jumlah Kunjungan Wisata Kota Yogyakarta*. 60. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://pariwisata.jogjakota.go.id/resources/download/laporan-akhir-kunjungan-wisatawan-kota-yogyakarta-2023-175.pdf>
- Rahayu, S. (2022). *Buku Manajemen Pariwisata. In andi offset*. CV. Tungga Esti.
- Rahmatullah, S., & Dwi Yuliati, R. E. (2022). *Media Sosial Sebagai Sumber Berita Alternatif. Jurnal Studi Journalistik*, 4(2), 47–54.  
<https://doi.org/10.15408/jsj.v4i2.28966>
- Ridwan, M., AM, S., Ulum, B., & Muhammad, M. (2021). *Pentingnya Penerapan Literature Review pada Penelitian Ilmiah. Jurnal Masohi*, 2(1), 42.  
<https://doi.org/10.36339/jmas.v2i1.427>
- Rona. (2019). *Wisata Kuliner*. 4(1), 21--36. <https://www.medcom.id/rona/wisata-kuliner/MkMVRrAVK-sejarah-macaron-makanan-imut-dari-prancis-diyakini-ada-sejak-tahun-1533>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). *Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>

- Safitri, L. A. (2023). *Food Vlogger Dan Promosi Endorse Media Sosial Pada Brand Exposure Wisata Kuliner Klaten*. 28(1), 54.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30647/jip.v28i3.1762>
- Saputra, A. (2019). Survei Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses and Gratifications. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 40(2), 207. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i2.476>
- Sidiq. (2019). *metode penelitian kuantitatif dalam bidang pendidikan* (A. Ujahidin (ed.)). cv. Nat Karya.
- Sugiantoro, R. Sudiro, & S. Mecca, A. (2021). Analisis Pengembangan Desa Wisata Bromonilan Sebagai Desa Wisata Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah*, 15(3), 182–189.  
<https://doi.org/http://repository.stipram.ac.id/id/eprint/745>
- Sunaryo, N. A. (2019). Potensi Wisata Kuliner Di Indonesia : Tinjauan Literatur. *Seminar Nasional INOBALI 2019*, 2(1), 235–242.  
<https://doi.org/10.1093/ajae/aaq063>, 10.1371/jurnal.pgen.1001111
- Ummul Aiman. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Utami, A. T., Wufron, W., Wahid, A. A., & Rahayu, D. A. (2022). *Minat Berkunjung Wisatawan Dianalisis Melalui Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata Kuliner Warung Terapung*. 22(1), 1–7. <https://doi.org/Minat Berkunjung Wisatawan Dianalisis Melalui Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata Kuliner Warung Terapung>
- Wijatanti, A. (2020). Strategi Penguatan Pariwisata Jogja. *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(1), 74–82. <https://doi.org/10.31294/khi.v11i1.7998>
- Wijayanti, A. (2020). Wisata Kuliner Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kota Yogyakarta, Indonesia. *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(1), 74–82. <https://doi.org/10.31294/khi.v11i1.7998>
- Yusuf, S. A. (2019). Metode Penelitian Ekonomi Syariah. In *Gawe Buku*.