

Model daya tarik kuliner lokal sebagai pendorong daya tarik wisata kuliner

Heri Setiawan^{1*}, Abd. Hamid², Ummasyroh³, Jusmawi Bustan⁴

^{1,2,3,4}Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang.

¹Email: heri.setiawan@polsri.ac.id

²Email: hamidbastariabdul@gmail.com

³Email: imashusaini@gmail.com

⁴Email: jusmawibustan@yahoo.com

Abstrak

Pengembangan destinasi wisata khususnya wisata kuliner tidak terlepas dari pemberdayaan dan pemanfaatan makanan tradisional menjadi simbol unik bagi wisatawan untuk datang dan menikmatinya. Model daya tarik kuliner lokal sebagai pendorong wisatawan untuk datang ke destinasi wisata kuliner dikembangkan untuk penelitian ini. Metode *purposive sampling* digunakan untuk menentukan jumlah sampel penelitian, dimana sampel penelitian diperoleh sebanyak 200 responden. Perangkat AMOS 22.0 dan SPSS 23.0 digunakan sebagai alat analisis data dan pengujian hipotesis penelitian. Hasil analisis data mendeskripsikan bahwa keterlibatan wisatawan dengan kuliner lokal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap daya tarik kuliner lokal. Pengetahuan wisatawan tentang kuliner lokal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap daya tarik kuliner lokal. Pengalaman wisatawan dengan kuliner lokal berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik kuliner lokal. Daya tarik kuliner lokal berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik wisata kuliner. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi pihak pengelola destinasi wisata kuliner dan peneliti lain.

Kata Kunci: Keterlibatan; pengetahuan; pengalaman; daya tarik wisata; kuliner

Model of local culinary attraction as a driver of culinary tourism attraction

Abstract

The development of tourism destinations, especially culinary tourism is inseparable from the empowerment and utilization of traditional food to be a unique symbol for tourists to come and enjoy it. The model of local culinary attraction as a stimulus for tourists to come to culinary tourism destinations was developed for this research. The purposive sampling method was used to determine the number of research samples, in which the research sample was obtained by 200 respondents. The AMOS 22.0 and SPSS 23.0 tools are used as data analysis tools and research hypothesis testing. The results of data analysis describe that the involvement of tourists with local cuisine has a positive and not significant effect on the attractiveness of local cuisine. Tourist knowledge about local cuisine has a positive and not significant effect on the attractiveness of local cuisine. The experience of tourists with local cuisine has a positive and significant effect on the attractiveness of local cuisine. The attractiveness of local cuisine has a positive and significant effect on the attractiveness of culinary tourism. The results of this study can be used as a reference for culinary tourism destination managers and other researchers.

Keywords: Involvement; knowledge; experience; tourism attractions; culinary

PENDAHULUAN

Makanan lokal saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari daya tarik wisata dan berperan penting dalam menawarkan pengalaman wisata yang berkesan kepada wisatawan. Semakin dinamisnya tingkat persaingan bisnis pariwisata secara global mendorong pengelola destinasi wisata untuk mengintegrasikan makanan lokal menjadi salah satu produk wisata yang menarik dan dapat ditawarkan kepada wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi (Robinson dan Getz, 2014). Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa makanan lokal yang mempresentasikan tentang budaya dan gaya hidup tradisional suatu masyarakat dapat dijadikan sebagai salah satu strategi pemasaran destinasi wisata dan berperan penting untuk menarik wisatawan serta dapat mempengaruhi perilaku wisatawan. Kajian tentang peranan makanan lokal dalam kegiatan pariwisata menjelaskan bahwa daya tarik makanan lokal dan kebutuhan pokok wisatawan dalam kunjungan ke suatu destinasi akan dapat menentukan kepuasan wisatawan. Saat berkunjung ke suatu destinasi, wisatawan dapat memilih berbagai kegiatan yang dapat dilakukan, namun seringkali wisatawan tidak dapat menghindari makan dan minum di destinasi wisata meskipun makanan yang tersedia masih asing bagi mereka (Cohen dan Avieli, 2004).

Makanan yang dimasak dari berbagai bahan lokal disajikan oleh restoran lokal di destinasi wisata kuliner sebagai media menambah nilai pengalaman wisatawan dan untuk menanggapi ketertarikan wisatawan pada makanan lokal (Pieniak et al., 2009). Ketertarikan akan makanan lokal didorong oleh berbagai isu yang berkaitan dengan masalah lingkungan, etika, kesehatan keberlanjutan dan keinginan untuk mendukung perilaku hidup sehat (Pearson et al., 2011). Selain itu, makanan lokal dianggap lebih sehat, segar, enak dan lebih dapat dipercaya karena diramu dari bahan baku yang alami (Roininen, Arvola dan Lähteenmäki, 2006). Studi lain menunjukkan bahwa makanan lokal dianggap lebih alami, asli, dan tradisional (Kauppinen-Räsänen, Gummerus dan Lehtola, 2013). Gyimóthy dan Mykletun (2009) menyatakan bahwa wisatawan yang mencari sensasi rasa makanan lokal dan pengalaman makan yang tak terlupakan semakin berkembang pesat jumlahnya. Selain menilai makanan lokal untuk keaslian dan keunikan, wisatawan dapat tertarik pada makanan lokal karena kebaruan yang ditawarkan (Kauppinen-Räsänen, Gummerus dan Lehtola, 2013). Oleh karena itu, makanan lokal dapat berperan sebagai factor pendorong wisatawan untuk datang ke suatu destinasi wisata.

Penelitian empiris tentang makanan lokal sebagai atribut destinasi wisata telah menarik berbagai peneliti di berbagai belahan dunia. Kajian terdahulu mengkaji tentang makanan lokal yang disajikan oleh restoran lokal (Yurtseven dan Kaya, 2011), makanan lokal sebagai suatu strategi diferensiasi destinasi wisata dan membangun identitas merek dan pemasaran (Lin, Pearson dan Cai, 2011; Okumus et al., 2013); pengembangan produk wisata (Cohen dan Avieli, 2004), pengembangan wilayah (Björk dan Kauppinen-Räsänen, 2016), perilaku wisatawan dalam menikmati wisata gastronomi (Leong et al., 2017). Kajian tentang wisata kuliner menjelaskan bahwa konsumsi makanan lokal oleh wisatawan di suatu destinasi memiliki berbagai tujuan (Tikkanen, 2007) dan berperan penting bagi pengalaman wisata (Kauppinen-Räsänen, Gummerus dan Lehtola, 2013). Kim, Eves dan Scarles (2009) menyatakan bahwa makanan lokal dapat menjadi suatu kajian ilmiah yang sangat menarik untuk digali lebih dalam karena masih sedikit kajian yang meneliti tentang konsumsi makanan lokal oleh wisatawan selama berada di suatu destinasi wisata. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh pengetahuan kuliner dan pengalaman kuliner, terhadap daya tarik kuliner lokal.

METODE

Analisis faktor digunakan untuk menentukan struktur faktor yang mendasari terbentuknya indikator penelitian. Setelah item untuk mengukur konstruk ditetapkan, uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori (CFA). Analisis faktor konfirmatori (CFA) dengan maximum likelihood dilakukan untuk memperkirakan model pengukuran, menentukan apakah variabel manifes mencerminkan variabel laten yang dihipotesiskan. Kemudian, menerapkan analisis persamaan struktural (SEM) yang digunakan untuk memeriksa validitas konstruk dan indeks goodness-of fit untuk model pengukuran dan model struktural dan menguji hubungan antar konstruk

penelitian. Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas, validitas konvergen dan diskriminan (Hair et al., 2010). Penelitian ini juga menghitung nilai reliabilitas dengan pendekatan Cronbach's α dan komposit reliability (CR). Average Variance Extracted (AVE) digunakan untuk menilai validitas konvergen. Nilai batas AVE yang disarankan adalah 0.5 (Hair et al., 2014). Ketika nilai akar kuadrat dari AVE dari setiap konstruk lebih besar dari nilai korelasinya dengan semua konstruk lainnya, konstruk tersebut dianggap menunjukkan validitas diskriminan yang memadai. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan bantuan perangkat SPSS 23.0 dan AMOS 22.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Validitas dan reliabilitas instrumen

Nilai Cronbach α digunakan sebagai pedoman pengukuran konsistensi dan reliabilitas untuk setiap variabel. Nilai cronbach α untuk konstruk keterlibatan kuliner, pengetahuan kuliner, pengalaman kuliner, daya tarik kuliner dan daya tarik wisata kuliner menunjukkan konsistensi internal yang signifikan yaitu: 0.777, 0.791, 0.809, 0.767 dan 0.814. Nilai Composite reliability (CR) untuk konstruk keterlibatan kuliner, pengetahuan kuliner, pengalaman kuliner, daya tarik kuliner dan daya tarik wisata kuliner sebesar 0.838 hingga 0.968. Hasil analisis data menjelaskan bahwa instrumen penelitian yang dirancang memiliki tingkat reliabilitas yang baik karena melebihi ketentuan nilai minimal yaitu sebesar 0.70 untuk cronbach α dan 0.60 untuk composite reliability (Hair et al., 2016).

Tabel 1. Hasil pengujian reliabilitas instrumen

Konstruk	C.R	Nilai Cronbach α
Keterlibatan kuliner	0.838	0.777
Pengetahuan kuliner	0.886	0.791
Pengalaman kuliner	0.818	0.809
Daya tarik kuliner	0.968	0.767
Daya tarik wisata kuliner	0.960	0.814

Penelitian ini menggunakan analisis faktor konfirmatori untuk mengetahui kualitas seluruh model pengukuran termasuk pengujian validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen hasil model pengukuran didukung oleh reliabilitas item, reliabilitas konstruk (komposit), dan ekstraksi varians rata-rata (Hair et al., 2016). Reliabilitas item menunjukkan jumlah varians dalam suatu item yang mendasari konstruk dan t-value menjelaskan nilai standard loading yang signifikan ($p < 0.01$) menjelaskan bahwa item adalah reliabel. Persyaratan nilai reliabilitas konstruk harus sama atau diatas 0.7 dan ekstraksi varians rata-rata, ukuran jumlah varian yang dijelaskan oleh konstruk harus di atas 0.5 (Hair et al., 2016).

Tabel 2. Hasil pengujian validitas instrumen

Konstruk	Item	Mean	Standar Deviasi	Standar error	Loading factor	AVE
Keterlibatan kuliner	KK1	4.33	0.790	0.114	0.695	0.510
	KK2	3.76	1.033	0.208	0.692	
	KK3	3.94	0.895	0.138	0.675	
	KK4	4.22	0.784	0.141	0.695	
	KK5	4.42	0.697	-	0.808	
Pengetahuan kuliner	PK1	3.34	0.953	0.099	0.696	0.612
	PK2	3.82	0.855	0.078	0.933	
	PK3	3.83	0.875	-	0.824	
	PK4	3.29	0.854	0.079	0.718	
	PK5	3.77	1.031	0.094	0.715	
Pengalaman kuliner	PEK1	3.95	0.700	0.071	0.625	0.532
	PEK2	3.61	0.873	0.086	0.661	
	PEK3	3.76	0.931	0.094	0.846	
	PEK4	3.95	0.901	-	0.767	
Daya tarik kuliner	DTK1	4.20	0.802	-	0.725	0.537
	DTK2	4.29	0.854	0.109	0.712	
	DTK3	3.53	1.075	0.137	0.785	

Konstruk	Item	Mean	Standar Deviasi	Standar error	Loading factor	AVE
Daya tarik wisata kuliner	DTK4	4.04	0.776	0.119	0.685	0.594
	DTK5	4.04	0.896	0.121	0.754	
	DTW1	3.74	0.834	-	0.827	
	DTW2	4.05	0.878	0.112	0.845	
	DTW3	4.09	0.840	0.107	0.828	
	DTW4	3.72	0.931	0.116	0.704	
	DTW5	3.34	1.278	0.185	0.629	

Reliabilitas semua konstruk penelitian lebih tinggi dibandingkan dengan nilai minimum yang dipersyaratkan dan ekstraksi varians rata-rata dari pengetahuan kuliner, pengalaman kuliner dan daya tarik kuliner diatas 0.5. Hasil ini menunjukkan bahwa item pengukuran mempunyai tingkat reliabilitas dan validitas yang tinggi. Kemudian, uji validitas diskriminan dilakukan untuk mengetahui terjadinya diskriminasi antar konstruk. Metode AVE digunakan untuk mengetahui validitas diskriminan antara dua konstruk yang ditunjukkan ketika korelasi antar konstruk lebih kecil dari AVE dari kedua konstruk (Wang, Tran dan Tran, 2017).

Tabel 3. Hasil pengukuran kesesuaian model keseluruhan

Chi-square	Cmin/df	p-value	RMSEA	GFI	AGFI	TLI	CFI
170.886	1.124	0.140	0.025	0.938	0.887	0.987	0.993

Metode estimasi kemungkinan maksimum digunakan untuk menguji hubungan antar konstruk dalam model konseptual. Tabel 4 menyajikan nilai koefisien jalur yang dihasilkan dari pengujian model struktural. Hasil analisis menjelaskan bahwa semua estimasi jalur struktural dinyatakan signifikan ($p = 0.140$), termasuk statistik chi-square ($\chi^2 = 170.886$, $df = 152$), dan rasio nilai chi-square terhadap derajat kebebasan ($\chi^2/df = 1.124$) kurang dari tiga (Hair et al., 2014). Kemudian, indeks lain yang berkaitan dengan uji kesesuaian model yaitu: $GFI = 0.938$; $AGFI = 0.883$; $CFI = 0.993$; $RMSEA = 0.025$ juga mendukung kelayakan model struktural yang menunjukkan bahwa jalur struktural konsisten dengan hubungan yang dihipotesiskan di antara konstruk laten. Hair et al., (2014) menyatakan bahwa nilai critical rasio (CR) dapat dijadikan sebagai pedoman untuk mengevaluasi signifikansi hipotesis penelitian. Pada saat critical rasio (CR) berada pada rentang -1.96 hingga 1.96, maka hipotesis akan ditolak.

Tabel 4. Hasil pengujian model persamaan struktural

Variabel eksogen	Variabel endogen	Koefisien jalur	C.R	P value	Hasil
Keterlibatan kuliner	Daya tarik kuliner	0.070	0.506	0.613	Ditolak
	Daya tarik kuliner				
Pengetahuan kuliner	Daya tarik kuliner	0.172	1.176	0.239	Ditolak
	Daya tarik kuliner				
Pengalaman kuliner	Daya tarik kuliner	0.571	2.524	0.012	Diterima
	Daya tarik kuliner				
Daya tarik kuliner	Daya tarik wisata kuliner	0.961	7.289	0.000	Diterima

Berdasarkan tabel 4, keterlibatan kuliner dan daya tarik kuliner memiliki hubungan positif dan tidak signifikan ($\beta = 0.070$, $CR = 0.506$) dengan $p \text{ value} = 0.613 > 0.05$ sehingga menolak Hipotesis 1. Temuan ini menjelaskan bahwa keterlibatan kuliner tidak menjadi prediktor yang signifikan dari daya tarik kuliner. Hasil analisis struktural menjelaskan bahwa keterlibatan kuliner memiliki pengaruh tidak signifikan dan positif terhadap daya tarik kuliner. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Leong et al., (2017); Guan dan Jones (2015); Ab.Karim et al., (2009) yang menjelaskan bahwa keterlibatan wisatawan dengan kuliner mempunyai pengaruh terhadap daya tarik kuliner secara signifikan dan positif. Pengetahuan kuliner dan daya tarik kuliner memiliki hubungan positif dan tidak signifikan ($\beta = 0.172$, $CR = 1.176$) dengan $p \text{ value} = 0.239 > 0.05$ sehingga menolak Hipotesis 2. Temuan ini menjelaskan bahwa pengetahuan kuliner bukan menjadi prediktor yang signifikan dari daya tarik kuliner. Hasil analisis struktural menjelaskan bahwa pengetahuan kuliner memiliki pengaruh tidak signifikan dan positif terhadap daya tarik kuliner. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Leong et al., (2017); Guan dan Jones (2015); Ab.Karim et al., (2009) yang menjelaskan

bahwa pengetahuan yang dimiliki oleh wisatawan tentang kuliner mempunyai pengaruh terhadap daya tarik kuliner secara signifikan dan positif.

Pengalaman kuliner dan daya tarik kuliner mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan daya tarik kuliner ($\beta = 0.571$, $CR = 2.524$) dengan $p \text{ value} = 0.012 < 0.05$ sehingga mendukung hipotesis 3. Temuan ini menjelaskan bahwa pengalaman kuliner menjadi prediktor yang signifikan dari daya tarik kuliner. Hasil analisis struktural menjelaskan bahwa pengalaman kuliner memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap daya tarik kuliner. Penelitian ini mendukung penelitian Leong et al., (2017); Guan dan Jones (2015); Mak, Lumbers dan Eves (2012); Yun et al., (2011); Ab.Karim et al., (2009); Cohen dan Avieli (2004) yang menjelaskan bahwa pengalaman wisatawan selama menikmati kuliner mempunyai pengaruh terhadap daya tarik kuliner secara signifikan dan positif. Penelitian Kivela dan Crofts (2009) menjelaskan bahwa keahlian memasak yang ditampilkan oleh pengelola restoran lokal di destinasi wisata kuliner dapat berpengaruh terhadap pengalaman wisatawan. Daya tarik kuliner mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan daya tarik wisata kuliner ($\beta = 0.961$, $CR = 7.289$) dengan $p \text{ value} = 0.000 < 0.05$ sehingga mendukung hipotesis 4. Temuan ini menjelaskan bahwa Daya tarik kuliner menjadi prediktor yang signifikan dari daya tarik wisata kuliner. Hasil analisis struktural menjelaskan bahwa daya tarik kuliner memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap daya tarik wisata kuliner. Penelitian ini mendukung penelitian Leong et al., (2017); Guan dan Jones (2015); Chi et al., (2013); Kim, Kim dan Goh (2011) yang menjelaskan bahwa daya tarik kuliner mempunyai pengaruh terhadap daya tarik wisata kuliner secara signifikan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat diketahui bahwa keterlibatan wisatawan dengan kuliner lokal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap daya tarik kuliner lokal. Adanya keterlibatan wisatawan dengan kuliner lokal tidak mendorong mereka untuk bersedia datang ke destinasi wisata kuliner. Pengetahuan wisatawan tentang kuliner lokal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap daya tarik kuliner lokal. Pengetahuan yang lebih baik tentang kuliner lokal yang dimiliki oleh wisatawan tidak membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi tujuan wisata kuliner dan menikmati masakan lokal. Pengalaman wisatawan dengan kuliner lokal berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik kuliner lokal. Pengalaman wisata yang mendalam dalam menikmati makanan lokal saat wisatawan berada di destinasi wisata akan membuat mereka lebih tertarik mengunjungi destinasi wisata kuliner. Daya tarik kuliner lokal berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik wisata kuliner. Semakin menarik kuliner lokal yang disajikan oleh pengelola destinasi wisata maka akan semakin menarik destinasi wisata kuliner. Hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengalaman wisata yang terkait dengan wisata kuliner. Penting bagi pengelola wisata kuliner untuk memberikan layanan kepada wisatawan sehingga akan memberikan pengalaman yang lebih baik. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pengalaman wisata, pengelola pariwisata kuliner harus lebih fokus pada faktor layanan seperti pengaturan lingkungan wisata kuliner yang lebih baik, meningkatkan kinerja karyawan dalam menyediakan layanan dan kualitas interaksi dengan wisatawan. Manajer wisata kuliner dapat meningkatkan daya tarik visual dengan mengubah tata letak dan lingkungan fisik di tujuan wisata sehingga akan meningkatkan keindahan dan kenyamanan. Kualitas interaksi antara wisatawan dan karyawan juga dapat ditingkatkan sehingga dapat meningkatkan persepsi nilai-nilai pengalaman wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ab.Karim, M. S., Chua, B.-L., & Salleh, H. (2009). Malaysia As A Culinary Tourism Destination: International Tourists' Perspective. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 4(1), 63–78.
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2016). Local food: a source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 177–194.
- Chi, C. G. Q., 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 and Tourism Administration*, 14(2), 99–120. <https://doi.org/10.1080/15256480.2013.782215>
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism - Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755–778. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.02.003>
- Guan, J., & Jones, D. L. (2015). The Contribution of Local Cuisine to Destination Attractiveness: An Analysis Involving Chinese Tourists' Heterogeneous Preferences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(4), 416–434. <https://doi.org/10.1080/10941665.2014.889727>
- Gyimóthy, S., & Mykletun, R. J. (2009). Scary food: Commodifying culinary heritage as meal adventures in tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 15(3), 259–273. <https://doi.org/10.1177/1356766709104271>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010), *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.), Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Hair, J.-F. J., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E., (2014), *Multivariate data analysis*, (7th ed.), Pearson Education Limited, USA.
- Hair Jr, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M dan Sarstedt, M. 2016. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Second Edi). Los Angeles: SAGE Publications, Inc.
- Huang, C. Y., Chou, C. J., & Lin, P. C. (2010). Involvement theory in constructing bloggers' intention to purchase travel products. *Tourism Management*, 31(4), 513–526. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.003>
- Kauppinen-Räsänen, H., Gummerus, J., & Lehtola, K. (2013). Remembered eating experiences described by the self, place, food, context and time. *British Food Journal*, 115(5), 666–685. <https://doi.org/10.1108/00070701311331571>
- Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 423–431. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.11.005>
- Kim, Y. H., Kim, M. C., & Goh, B. K. (2011). An examination of food tourist's behavior: Using the modified theory of reasoned action. *Tourism Management*, 32(5), 1159–1165. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.10.006>
- Kivela, J. J., & Crotts, J. C. (2009). Understanding travelers' experiences of gastronomy through etymology and narration. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 33(2), 161–192. <https://doi.org/10.1177/1096348008329868>
- Leong, L. Q., Ab Karim, S. M., Awang, W. K., & Abu Bakar, Z. A. (2017). An integrated structural model of gastronomy tourists' behaviour. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(4), 573–592. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2019.05.142>
- Lin, Y. C., Pearson, T. E., & Cai, L. A. (2011). Food as a form of Destination Identity: A Tourism Destination Brand Perspective. *Tourism and Hospitality Research*, 11(1), 30–48. <https://doi.org/10.1057/thr.2010.22>
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171–196. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.010>
- Okumus, F., Kock, G., Scantlebury, M. M. G., & Okumus, B. (2013). Using Local Cuisines when Promoting Small Caribbean Island Destinations. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 30(4), 410–429. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.784161>
-

-
-
- Pearson, D., Henryks, J., Trott, A., Jones, P., Parker, G., Dumaresq, D., & Dyball, R. (2011). Local food: Understanding consumer motivations in innovative retail formats. *British Food Journal*, 113(7), 886–899. <https://doi.org/10.1108/00070701111148414>
- Pieniak, Z., Verbeke, W., Vanhonacker, F., Guerrero, L., & Hersleth, M. (2009). Association between traditional food consumption and motives for food choice in six European countries. *Appetite*, 53(1), 101–108. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2009.05.019>
- Robinson, R. N. S., & Getz, D. (2014). Profiling potential food tourists: An Australian study. *British Food Journal*, 116(4), 690–706. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2012-0030>
- Roininen, K., Arvola, A., & Lähteenmäki, L. (2006). Exploring consumers' perceptions of local food with two different qualitative techniques: Laddering and word association. *Food Quality and Preference*, 17(1–2), 20–30. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2005.04.012>
- Wang, L. T., Tran, T. K. P., & Tran, T. V. (2017). Destination perceived quality, tourist satisfaction and word-of-mouth. *Tourism Review*, 7(4), 392–410.
- Yun, D., Edward, P., Hennessey, S. M., & Macdonald, R. (2011). Understanding Culinary Tourists : Segmentations based on Past Culinary Experiences and Attitudes toward Food-related Behaviour. *International CHRIE Conference-Refereed Track*, (July). <https://doi.org/10.13140/2.1.4199.7449>
- Yurtseven, R. H., & Kaya, O. (2011). Local food in local menus: The case of Gokceada. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6(2), 263–275.