JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan
E-ISSN: 2686-4924
P-ISSN: 2686-5246
https://dinastirev.org/JIMT dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi.org/10.38035/jimt.v8i2
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Received: 31 Oktober 2026 | **Revised:** 3 November 2026 | **Accepted:** 13 November 2026

Peran Mediasi Nostalgia dalam Hubungan Local Food Experience dan Culinary Loyalty pada Kuliner Seruit di Lampung

Dini Mustika Buana Putri[1]
[1]Universitas Lampung, Lampung, Indonesia, dini.putri@fisip.unila.ac.id

Corresponding Author: dini.putri@fisip.unila.ac.id[1]

Abstract: *The advancement of culinary exploration journeys highlights the importance of understanding how local culinary experiences shape consumer loyalty to traditional food. However, previous studies have mainly emphasized satisfaction, destination image, and place identity, The intermediary function of nostalgia in the correlation between local food experience and culinary loyalty is yet inadequately analyzed. This study analyzes nostalgia's mediating effect on the relationship between local food experience and culinary loyalty, emphasizing on Seruit, a traditional culinary legacy of Lampung, Indonesia. A quantitative method was taken implementing partial least-squares structural equation modeling technique (PLS-SEM) with SmartPLS 4. Data were acquired from 385 respondents through purposive sampling, encompassing persons who had previously consumed Seruit in Lampung. The results reveal that local food experience has a favorable and significant effect on culinary loyalty ($\beta = 0.434$; $p < 0.001$) and nostalgia ($\beta = 0.586$; $p < 0.001$). Nostalgia also positively and strongly increases culinary loyalty ($\beta = 0.274$; $p < 0.001$). Furthermore, nostalgia significantly mediates a correlation among local food experience and culinary loyalty ($\beta = 0.161$; $p < 0.001$), demonstrating complementing partial mediation. These findings demonstrate that culinary loyalty develops through both direct experiential influences and indirect emotional mechanisms involving nostalgia. This research's originality is found in the empirical recognition of nostalgia as an additional emotional conduit that connects local food experience to culinary loyalty within the Stimulus–Organism–Response (SOR) model, particularly with Indonesian traditional culinary heritage.*

Keyword: *Local Food Experience, Nostalgia, Culinary Loyalty, Gastronomic Tourism*

Abstrak: Pengembangan wisata gastronomi menuntut pelaku pariwisata untuk memahami bagaimana pengalaman kuliner lokal dapat membentuk loyalitas konsumen terhadap makanan tradisional. Namun, penelitian terdahulu lebih banyak menekankan kepuasan, citra destinasi, dan identitas tempat dalam menjelaskan perilaku wisatawan, sementara peran nostalgia sebagai mekanisme emosional yang menghubungkan pengalaman kuliner lokal dengan loyalitas terhadap makanan tradisional masih sedikit. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis peran *nostalgia* dalam memediasi pengaruh *local food experience* terhadap *culinary loyalty* pada kuliner tradisional Seruit di Lampung. Metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), yang disediakan oleh SmartPLS 4, digunakan dalam penelitian ini

sebagai pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian, yang terdiri dari 385 responden, dipilih melalui teknik purposive sampling sesuai dengan kriteria konsumen yang pernah menikmati Seruit di Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *local food experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *culinary loyalty* ($\beta = 0{,}434$; $p < 0{,}001$) dan nostalgia ($\beta = 0{,}586$; $p < 0{,}001$). Selain itu, nostalgia berpengaruh positif dan signifikan terhadap *culinary loyalty* ($\beta = 0{,}274$; $p < 0{,}001$). Ini ditunjukkan oleh pengujian mediasi, di mana nostalgia secara signifikan memediasi hubungan antara *local food experience* dan *culinary loyalty*. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas terhadap kuliner tradisional Seruit terbentuk melalui dua mekanisme, yaitu pengaruh langsung pengalaman kuliner dan pengaruh tidak langsung melalui nostalgia. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian empiris nostalgia sebagai mekanisme emosional dalam kerangka *Stimulus–Organism–Response* (SOR) untuk menjelaskan pembentukan loyalitas terhadap makanan tradisional berbasis warisan budaya lokal.

Kata Kunci: *Local Food Experience*, *Nostalgia*, *Culinary Loyalty*, *Gastronomic Tourism*

PENDAHULUAN

Pariwisata dan gastronomi memiliki keterkaitan yang semakin erat (Richards, 2026). Makanan adalah bagian penting dari pengalaman wisata dan merupakan kebutuhan dasar (Dixit dan Prayag, 2022). Pengalaman kuliner mencakup aspek sensorik, budaya, sosial, dan emosional yang memungkinkan wisatawan mengenal karakteristik khas suatu destinasi. Kuliner lokal dapat memengaruhi pemilihan destinasi wisata (Domínguez-Quintero, González-Rodríguez dan Roldán, 2019; Hossain *et al.*, 2023), meningkatkan kualitas pengalaman wisata secara keseluruhan, serta membantu destinasi membangun keunikan melalui cita rasa, tradisi, sejarah, dan identitas budaya yang dimilikinya (Kaya et al., 2026).

Makanan lokal semakin dianggap sebagai salah satu faktor utama yang memengaruhi perilaku wisatawan dalam pariwisata berbasis pengalaman. Ini bukan sekadar komponen tambahan dari aktivitas pariwisata (Edo *et al.*, 2026). Pengalaman kuliner yang melibatkan cita rasa, aroma, tekstur, penyajian, dan interaksi sosial memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk memahami budaya, warisan, dan praktik sosial masyarakat setempat (Agyeiwaah *et al.*, 2019; Seyitoğlu, 2020; Atsız *et al.*, 2021).

Pengalaman tersebut terbukti dapat meningkatkan *tourist satisfaction* (Mora *et al.*, 2021; Tagmanov, Ulema dan Ekinci, 2025), menciptakan *memorable tourism* (Piramanayagam, Sud dan Seal, 2020), serta memperkuat *revisit intention* (Luong dan Long, 2025). Menurut Pine dan Gilmore (1999), experience economy adalah sumber nilai yang dapat memengaruhi emosi konsumen dan membedakan produk melalui aktivitas konsumsi yang berkesan (Pine dan Gilmour, 1999).

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian mengenai *local food experience* masih menjelaskan perilaku wisatawan melalui evaluasi kognitif, seperti kepuasan (*satisfaction*) (Lacap, 2019), citra destinasi (*destination image*) (Zhu, Zhu dan Weng, 2024), dan identitas tempat (*place identity*) (Tsai, Hsu dan Chen, 2020; Badu-Baiden *et al.*, 2022; Lin dan Wang, 2022; Karahan dan Karacabey, 2026). Pendekatan tersebut belum sepenuhnya menjelaskan proses emosional yang menghubungkan pengalaman menikmati makanan lokal dengan pembentukan preferensi dan loyalitas terhadap makanan tertentu (Huete-alcocer dan Hernandez-rojas, 2022). Salah satu respons emosional yang relevan dalam konteks ini adalah nostalgia (Cankül, 2025). Konsumsi makanan dapat membangkitkan ingatan autobiografis maupun kolektif melalui karakteristik sensorik, interaksi sosial, dan praktik budaya yang menyertainya (Gu, Li dan Kim, 2021). Nostalgia tidak hanya mencerminkan kerinduan terhadap masa lalu, tetapi juga dapat memperkuat perasaan keterhubungan, identitas, kedekatan emosional, dan keterikatan seseorang terhadap suatu produk atau pengalaman (Song, Xu dan Kim, 2021).

Dalam bidang pariwisata dan perhotelan, nostalgia telah dikaitkan dengan keterikatan emosional, loyalitas terhadap destinasi, serta niat untuk menunjukkan perilaku positif pada masa mendatang (Lee dan Hyoung, 2024). Penelitian mengenai gastro-nostalgia menunjukkan bahwa atribut makanan dan pengalaman konsumsinya dapat membangkitkan nostalgia yang selanjutnya memengaruhi niat perilaku wisatawan (Sharma, Aggarwal dan Lim, 2026). Namun, penelitian yang secara khusus mempelajari nostalgia sebagai mekanisme emosional yang menghubungkan *local food experience* dengan *culinary loyalty* terhadap makanan tradisional tertentu masih terbatas (Kim *et al.*, 2024). Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menjelaskan bagaimana aspek sensorik, budaya, dan sosial dalam pengalaman konsumsi makanan dapat membangkitkan nostalgia dan selanjutnya membentuk loyalitas wisatawan.

Teori Stimulus–Organism–Response (SOR) yang dikembangkan oleh Mehrabian dan Russell (1974) digunakan dalam penelitian ini. Menurut kerangka teori ini, pengalaman atau lingkungan eksternal berfungsi sebagai stimulus yang memengaruhi kondisi psikologis internal individu (organism), yang kemudian menyebabkan respons perilaku tertentu (Russell dan Mehrabian, 1974). *Local food experience* diposisikan sebagai stimulus karena mencakup karakteristik sensorik, budaya, sosial, dan situasional yang dirasakan wisatawan (Sthapit, Coudounaris dan Björk, 2019). Nostalgia berperan sebagai *organism* yang merepresentasikan kondisi emosional internal akibat munculnya kenangan dan makna personal maupun budaya. Sementara itu, loyalitas terhadap makanan lokal menjadi bentuk *respons* yang tercermin melalui preferensi berkelanjutan, niat melakukan pembelian ulang, dan kesediaan merekomendasikan makanan tersebut kepada orang lain (Rajadurai *et al.*, 2021).

Warisan kuliner memiliki kedudukan penting dalam tradisi masyarakat Indonesia karena makanan lokal berkaitan erat dengan praktik sosial dan nilai-nilai budaya yang diwariskan antargenerasi (Hirzi, Abida dan Siregar, 2025). Salah satu kuliner tradisional yang mencerminkan karakteristik tersebut adalah Seruit, makanan khas Provinsi Lampung yang umumnya berbahan dasar ikan dan disajikan bersama sambal, sayuran, serta bahan pelengkap seperti tempoyak (Bertalina *et al.*, 2025). Seruit memiliki hubungan erat dengan tradisi makan bersama yang dikenal sebagai nyeruit. Tradisi ini mencerminkan nilai kebersamaan, hubungan kekeluargaan, persahabatan, persaudaraan, dan interaksi sosial dalam kehidupan masyarakat (Anggraini *et al.*, 2025). Karakteristik komunal pada Seruit dan tradisi nyeruit menjadikannya konteks yang relevan untuk mengkaji bagaimana pengalaman sensorik dan budaya dalam menikmati makanan dapat membangkitkan kenangan, menciptakan nostalgia, dan membentuk loyalitas konsumen. Meskipun tradisi nyeruit telah diidentifikasi sebagai warisan gastronomi yang berpotensi menjadi daya tarik wisata di Bandar Lampung, penelitian empiris yang mengkaji hubungan antara pengalaman mengonsumsi Seruit, nostalgia, dan loyalitas masih terbatas.

Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan penelitian tersebut melalui pengembangan model *Stimulus–Organism–Response* (SOR) yang menempatkan *local food experience* sebagai stimulus, nostalgia sebagai *organism*, dan culinary loyalty terhadap Seruit sebagai *respons*. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian empiris peran nostalgia sebagai mekanisme emosional yang menghubungkan pengalaman kuliner lokal dengan loyalitas konsumen, penerapan model tersebut dalam konteks warisan kuliner tradisional Indonesia, serta penjelasan mengenai peran pengalaman sensorik, budaya, dan sosial dalam membentuk loyalitas terhadap makanan tradisional.

Berdasarkan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pengaruh *local food experience* terhadap nostalgia; (2) menguji pengaruh nostalgia terhadap *culinary loyalty* pada kuliner tradisional Seruit; (3) menganalisis pengaruh langsung *local food experience* terhadap *culinary loyalty* pada Seruit; serta (4) menguji peran nostalgia dalam memediasi hubungan antara *local food experience* dan *culinary loyalty* pada kuliner tradisional Seruit.

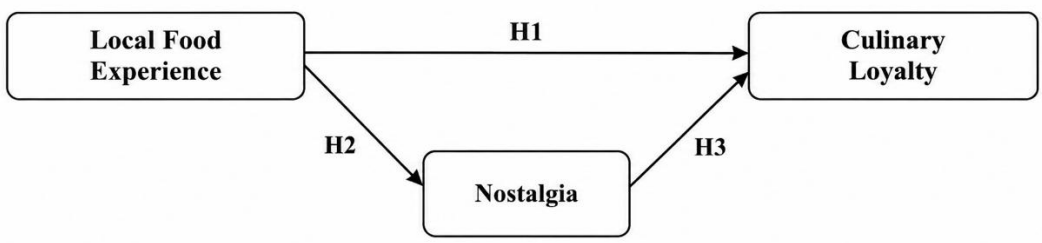
METODE

Desain dan Konteks Penelitian

Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, yang dirancang sebagai survei *cross-sectional*. Dalam konteks warisan kuliner tradisional Seruit di Lampung, Indonesia, penelitian ini mengkaji hubungan antara *Local Food Experience*, Nostalgia, dan *Culinary Loyalty*.

Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan untuk menguji hubungan teoretis antar variabel secara empiris dan menguji hipotesis dengan metode statistic (Hair Jr *et al.*, 2021). Seruit dipilih sebagai objek penelitian karena tidak hanya merupakan makanan tradisional, tetapi juga mencerminkan identitas budaya, warisan sejarah, dan nilai-nilai sosial masyarakat Lampung. Seruit umumnya dinikmati melalui tradisi nyeruit, yaitu kegiatan makan bersama yang mencerminkan nilai kebersamaan, hubungan kekeluargaan, persahabatan, dan interaksi sosial (Anggraini *et al.*, 2025). Oleh karena itu, pengalaman menikmati Seruit menjadi konteks yang relevan untuk mengkaji bagaimana pengalaman kuliner lokal dapat membangkitkan nostalgia dan membentuk loyalitas konsumen terhadap kuliner tradisional. Secara khusus, penelitian ini menganalisis pengaruh langsung *Local Food Experience* terhadap *Culinary Loyalty*, pengaruh *Local Food Experience* terhadap Nostalgia, serta pengaruh Nostalgia terhadap Culinary Loyalty. Selain itu, penelitian ini menguji peran Nostalgia sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *Local Food Experience* dan *Culinary Loyalty*. Gambar 1 menunjukkan hubungan antara variabel tersebut.

.



Sumber: Data penelitian, 2026

Gambar 1. Rerangka Konseptual

Populasi dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini mencakup konsumen atau wisatawan domestik yang pernah mengonsumsi Seruit di Lampung, Indonesia. Pemilihan responden dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memastikan bahwa setiap responden memiliki pengalaman langsung dalam mengonsumsi Seruit, sehingga mampu memberikan penilaian terhadap pengalaman kuliner, nostalgia, dan loyalitas terhadap makanan tersebut. Kriteria inklusi responden dalam penelitian ini meliputi: (1) warga negara Indonesia; (2) pernah mengonsumsi Seruit di Lampung; dan (3) telah mengisi seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner secara lengkap. Responden yang tidak memenuhi kriteria tersebut atau tidak menyelesaikan pengisian kuesioner dikeluarkan dari sampel penelitian. Penentuan ukuran sampel minimum menggunakan rumus Cochran untuk mengestimasi proporsi pada populasi berukuran besar atau populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti (Cochran, 1977). Penggunaan nilai ($p = 0{,}50$) merupakan asumsi konservatif ketika proporsi populasi yang sebenarnya tidak diketahui. Berdasarkan parameter tersebut, ukuran sampel yang diperoleh sebesar 384,16 dibulatkan ke atas menjadi 385 responden. Setelah melalui proses pengumpulan dan penyaringan data, diperoleh 385 kuesioner valid yang digunakan dalam analisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) 4.

Instrumen Pengukuran

Instrumen penelitian ini terdiri atas 13 butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur tiga konstruk, yaitu *Local Food Experience*, Nostalgia, dan *Culinary Loyalty*. Seluruh butir pernyataan diadaptasi dari skala pengukuran yang telah divalidasi dalam penelitian sebelumnya, kemudian disesuaikan dengan konteks Seruit sebagai warisan kuliner tradisional di Lampung. Mengingat instrumen asli dikembangkan dalam bahasa Inggris, penelitian ini menerapkan prosedur penerjemahan dan penerjemahan balik (*translation and back-translation*) untuk memastikan kesetaraan makna antara versi bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan skala Likert lima poin, dimulai dengan satu, yang berarti sangat tidak setuju, hingga lima, yang berarti sangat setuju. Tabel 1 menampilkan semua detail pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Item Pengukuran

Konstruk	Butir Pertanyaan	Sumber
Local Food Experience	Saya menikmati cita rasa Seruit.	(Karahan dan Karacabey, 2026)
	Menyantap Seruit membuat saya merasa kembali terhubung dengan tradisi kuliner Lampung.	
	Menyantap Seruit membuat saya lebih menghargai warisan budaya Lampung.	
	Menyantap Seruit membantu saya memahami budaya kuliner Lampung dengan lebih baik.	
Nostalgia	Menyantap Seruit membangkitkan kembali kenangan indah dari masa lalu saya.	(Lee dan Hyoung, 2024); (Hu dan Xu, 2021)
	Menyantap Seruit membuat saya merindukan masa lalu.	
	Menyantap Seruit membuat saya merasakan kehangatan ketika mengingat masa lalu.	
	Menyantap Seruit membuat saya merasa memiliki ikatan emosional dengan masa lalu saya.	
	Menyantap Seruit membuat saya ingin menghidupkan kembali pengalaman indah di masa lalu.	
Culinary Loyalty	Saya berniat untuk kembali menikmati Seruit di masa mendatang	(Tagmanov, Ulema dan Ekinci, 2025); (Agyeiwaah *et al.*, 2019)

	Saya bersedia merekomendasikan Seruit kepada teman dan kerabat saya.	
	Saya tidak mudah beralih ke makanan lokal lain meskipun banyak pilihan yang tersedia.	
	Seruit merupakan pilihan pertama saya ketika ingin menikmati kuliner tradisional Lampung.	

Sumber: Data penelitian, 2026

Pengumpulan Data dan Pertimbangan Etis

Kuesioner online yang terstruktur digunakan untuk mengumpulkan data utama penelitian ini. Untuk menjangkau calon responden yang memenuhi kriteria penelitian, tautan kuesioner disebarkan melalui platform media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Data dikumpulkan dari Agustus hingga September 2026. Sebelum mengisi kuesioner, responden diberikan informasi mengenai tujuan penelitian, sifat partisipasi yang sukarela, jaminan kerahasiaan data, serta hak untuk mengundurkan diri dari penelitian kapan saja. Responden juga diminta untuk mengonfirmasi bahwa mereka pernah mengonsumsi Seruit di Lampung sebelum melanjutkan pengisian kuesioner. Hanya jawaban dari responden yang memenuhi kriteria inklusi dan telah mengisi seluruh butir pernyataan secara lengkap yang disertakan dalam analisis akhir. Setelah melalui proses seleksi dan pemeriksaan kelengkapan data, diperoleh sebanyak 385 responden dengan data valid yang digunakan dalam penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) digunakan untuk menganalisis data penelitian karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menguji hubungan yang kompleks antar konstruk laten. Khususnya, metode PLS-SEM digunakan untuk menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Perangkat lunak SmartPLS 4 digunakan untuk melakukan analisis ini (Hair Jr. et al., 2021). Evaluasi model pengukuran (measurement model) dan model struktural (structural model) adalah dua tahap utama proses analisis. Pada tahap awal, indikator dinilai untuk reliabilitas, konsistensi internal, validitas konvergen, dan validitas diskriminan. Konsistensi internal adalah komponen reliabilitas, yang dapat diukur dengan menggunakan Alpha Cronbach (α) dan Composite Reliability (CR). Reliabilitas indikator dinilai berdasarkan nilai beban luar, dengan nilai di atas 0,70 dianggap memenuhi kriteria. Selanjutnya, konsistensi internal dinilai dengan menggunakan Alpha Cronbach (α), rho_A, dan Composite Reliability; nilai di atas 0,70 menunjukkan tingkat reliabilitas yang memadai. Nilai Average Variance Extracted (AVE), yang memiliki nilai di atas 0,50 sebagai batas penerimaan, digunakan untuk menguji validitas konvergen. Sementara itu, validitas diskriminan dievaluasi menggunakan kriteria Fornell–Larcker dengan membandingkan akar kuadrat nilai AVE setiap konstruk terhadap korelasinya dengan konstruk lain (Hair Jr. et al., 2021). Pada tahap kedua, evaluasi model struktural dilakukan dengan menguji koefisien jalur (*path coefficients*) dan signifikansi statistik dari hubungan antar variabel yang telah dirumuskan dalam hipotesis penelitian. Analisis menggunakan teknik *bootstrapping* sebanyak 5.000 pengambilan sampel ulang (*resamples*) dengan interval kepercayaan 95% yang dikoreksi menggunakan metode *bias-corrected and accelerated* untuk menilai signifikansi koefisien jalur dan pengaruh antarvariabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Deskripsi Responden

Tabel 2 menunjukkan bahwa penelitian ini melibatkan 385 responden yang pernah menikmati kuliner tradisional Seruit di Lampung. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden berada pada kelompok usia 17–24 tahun (76,88%), yang menunjukkan bahwa sampel penelitian didominasi oleh usia muda. Sebagian besar responden berasal dari SMA, SMK, atau sekolah menengah (63,38%), diikuti oleh sarjana (S1) 26,23%. Ditinjau dari status pekerjaan, sebagian besar responden berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa (77,92%). Kondisi ini sejalan dengan karakteristik usia responden yang didominasi oleh kelompok usia muda. Berdasarkan domisili, mayoritas responden berasal dari kabupaten atau kota lain di Provinsi Lampung (87,27%). Seluruh responden (100%) menyatakan pernah mengonsumsi Seruit setidaknya satu kali. Berdasarkan waktu terakhir mengonsumsi Seruit, sebanyak 28,83% responden menikmatinya dalam kurun waktu kurang dari satu bulan terakhir, 27,9% dalam 1–3 bulan terakhir, 18,44% dalam 4–6 bulan terakhir, 5,19% dalam 7–12 bulan terakhir, dan 19,74% lebih dari 12 bulan yang lalu. Ditinjau dari frekuensi konsumsi, proporsi terbesar responden telah mengonsumsi Seruit sebanyak 2–3 kali (44,94%), diikuti oleh responden yang telah mengonsumsinya lebih dari enam kali (25,45%). Distribusi ini menunjukkan adanya variasi pengalaman konsumsi Seruit di antara responden, dengan karakteristik sampel yang didominasi oleh kelompok usia muda dan berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa.

Tabel 2. Profil Responden (N = 385)

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Pernah menikmati Seruit di Lampung	Ya	385	100,00
Waktu terakhir menikmati Seruit	Kurang dari 1 bulan	111	28,83
	1–3 bulan	107	27,79
	4–6 bulan	71	18,44
	7–12 bulan	20	5,19
	Lebih dari 12 bulan	76	19,74
Jenis kelamin	Laki-laki	118	30,65
	Perempuan	267	69,35
Usia	17–24 tahun	296	76,88
	25–34 tahun	21	5,45
	35–44 tahun	64	16,62
	45–54 tahun	4	1,04
Pendidikan terakhir	SMA/SMK/sederajat	244	63,38
	Sarjana (S1)	101	26,23
	Magister (S2)	20	5,19
	Doktor (S3)	3	0,78
	Lainnya	16	4,16
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	300	77,92
	ASN (PNS/PPPK)	34	8,83
	Pegawai swasta	25	6,49
	Wirausaha	11	2,86
	Ibu rumah tangga	4	1,04
Domisili	Bandar Lampung	26	6,75
	Kabupaten/kota lain	336	87,27
	Luar Provinsi Lampung	23	5,97
Frekuensi menikmati Seruit	1 kali	59	15,32
	2–3 kali	173	44,94
	4–6 kali	55	14,29
	Lebih dari 6 kali	98	25,45

Sumber: Data penelitian, 2026

Evaluasi Model Pengukuran

Seluruh komponen model pengukuran dievaluasi: validitas diskriminan, konvergen, konsistensi internal, dan reliabilitas indikator. Nilai beban luar seluruh indikator berkisar antara 0,832 dan 0,898. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 3. Nilai tersebut melampaui batas minimum, yaitu 0,70. (Hair Jr *et al.*, 2021). Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan memenuhi kriteria reliabilitas dan dipertahankan dalam model penelitian.

Tabel 3. Outer Loading

Konstruk	Indikator	Outer Loading
Local Food Experience	LFE1	0,898
	LFE2	0,892
	LFE3	0,888
	LFE4	0,870
Nostalgia	NOS1	0,864
	NOS2	0,886
	NOS3	0,868
	NOS4	0,879
	NOS5	0,862
Culinary Loyalty	LOY1	0,858
	LOY2	0,863
	LOY3	0,832

Sumber: SmartPLS Output 4 (2026).

Hasil pengujian reliabilitas dan validitas konstruk disajikan dalam Tabel 4. Nilai Composite Reliability (rho_C) dan rho_A masing-masing berada di atas 0,70, dan Alpha Cronbach pada seluruh konstruk berkisar antara 0,874 dan 0,921. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki tingkat konsistensi internal yang memadai. Selain itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) pada seluruh konstruk berkisar antara 0,726 hingga 0,787, sehingga telah melampaui batas minimum sebesar 0,50. Oleh karena itu, semua konstruk dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen karena masing-masing konstruk laten memiliki kemampuan untuk menjelaskan lebih dari 50% dari varians yang diukur oleh indikator yang mengukurnya.

Tabel 4. Reliabilitas dan Validitas

Konstruk	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability (rho_C)	AVE
Local Food Experience	0,910	0,910	0,937	0,787
Nostalgia	0,921	0,921	0,941	0,760
Culinary Loyalty	0,874	0,879	0,914	0,726
Local Food Experience	0,910	0,910	0,937	0,787
Nostalgia	0,921	0,921	0,941	0,760
Culinary Loyalty	0,874	0,879	0,914	0,726
Local Food Experience	0,910	0,910	0,937	0,787
Nostalgia	0,921	0,921	0,941	0,760
Culinary Loyalty	0,874	0,879	0,914	0,726
Local Food Experience	0,910	0,910	0,937	0,787
Nostalgia	0,921	0,921	0,941	0,760
Culinary Loyalty	0,874	0,879	0,914	0,726

Sumber: SmartPLS Output 4 (2026).

Kriteria Fornell–Larcker digunakan untuk mengevaluasi validitas diskriminan. Kriteria validitas diskriminan berlaku untuk setiap konstruk, yang menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki perbedaan empiris yang jelas dan dapat mewakili konsep yang berbeda dalam model penelitian. Nilai akar kuadrat Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap konstruk lebih besar daripada nilai

korelasinya untuk konstruk lain, seperti yang ditunjukkan dalam hasil uji yang ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Validitas Diskriminan – Kriteria Fornell–Larcker

Konstruk	Local Food Experience	Culinary Loyalty	Nostalgia
Local Food Experience	0,887		
Culinary Loyalty	0,595	0,852	
Nostalgia	0,586	0,529	0,872

Sumber: SmartPLS Output 4 (2026)

Common Method Bias

Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk menilai reliabilitas indikator, konsistensi internal, validitas konvergen, dan validitas diskriminan. Untuk meminimalkan potensi varians metode umum (common method variance atau CMV), penelitian ini menerapkan sejumlah prosedur pengendalian, baik pada tahap perancangan survei maupun analisis data. Anonimitas dan kerahasiaan identitas responden dijaga untuk mengurangi potensi bias keinginan sosial (social desirability bias). Selain itu, kuesioner disusun menggunakan bahasa yang netral serta membedakan secara jelas antara variabel prediktor dan variabel kriteria. Seluruh konstruk juga diukur menggunakan skala dengan beberapa indikator yang diadaptasi dari penelitian terdahulu. Dari aspek statistik, potensi common method bias dievaluasi melalui nilai Variance Inflation Factor (VIF) dengan pendekatan full collinearity. Hasil tes menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai VIF berkisar antara 2,097 hingga 3,008, lebih rendah daripada ambang batas 3,3 yang direkomendasikan oleh (Kock, 2015). Temuan ini mengindikasikan bahwa common method bias tidak menjadi ancaman serius terhadap validitas hasil penelitian.

Tabel 6. Nilai Full Collinearity VIF

Indikator	VIF
LFE1	2,986
LFE2	2,840
LFE3	2,700
LFE4	2,471
NOS1	2,597
NOS2	3,008
NOS3	2,663
NOS4	2,965
NOS5	2,538
LOY1	2,118
LOY2	2,262
LOY3	2,097
LOY4	2,233

Sumber: SmartPLS Output 4 (2026)

Evaluasi Model Struktural

Kemampuan model untuk menjelaskan variasi pada konstruk endogen dinilai dengan koefisien determinasi R^2. *Local Food Experience* dan Nostalgia secara bersama-sama mampu menjelaskan 40,4% variasi pada *Culinary Loyalty*,, dengan nilai Adjusted R^2 sebesar 40,1%. *Local Food Experience* juga mampu menjelaskan 34,3% variasi pada Nostalgia, dengan nilai Adjusted R^2 sebesar 34,2%. Hasil ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang moderat.

Tabel 7. Validitas Koefisien Determinasi (R^2)

Konstruk Endogen	R^2	Adjusted R^2
Culinary Loyalty	0,404	0,401
Nostalgia	0,343	0,342
Culinary Loyalty	0,404	0,401

Sumber: SmartPLS Output 4 (2026).

Hasil pengujian model struktural mendukung hipotesis keempat secara empiris. *Local food experience* berdampak positif dan signifikan terhadap *culinary loyalty* (β = 0,434; t = 8,330; p < 0,001). Selain itu, nostalgia berdampak positif dan signifikan terhadap *culinary loyalty* (β = 0,586; t = 12,046; p < 0,001). Selain itu, pengaruh tidak langsung *local food experience* terhadap culinary loyalty melalui nostalgia juga terbukti signifikan. Oleh karena itu, hasil pengujian mendukung semua hipotesis penelitian.

Tabel 8. Hasil Tes Jalur Struktural

Jalur	Koefisien Jalur (β)	Sampel Mean	Standar Deviasi	t-statistik	p-value
Local Food Experience → Culinary Loyalty	0,434	0,433	0,052	8,330	< 0,001
Local Food Experience → Nostalgia	0,586	0,584	0,049	12,046	< 0,001
Nostalgia → Culinary Loyalty	0,274	0,273	0,053	5,174	< 0,001

Sumber: SmartPLS Output 4 (2026)

Tabel 9. Hasil Tes Efek Mediasi

Jalur Mediasi	Koefisien Tidak Langsung	Sampel Mean	Standar Deviasi	t-statistik	p-value
Local Food Experience → Nostalgia → Culinary Loyalty	0,161	0,160	0,034	4,681	< 0,001

Sumber: SmartPLS Output 4 (2026)

Tabel 10. Ringkasan Hasil Tes Hipotesis

Hipotesis	Jalur	Koefisien Jalur	t-statistik	p-value	Keputusan
H1	Local Food Experience → Culinary Loyalty	0,434	8,330	< 0,001	Didukung
H2	Local Food Experience → Nostalgia	0,586	12,046	< 0,001	Didukung
H3	Nostalgia → Culinary Loyalty	0,274	5,174	< 0,001	Didukung
H4	Local Food Experience → Nostalgia → Culinary Loyalty	0,161	4,681	< 0,001	Didukung

Sumber: SmartPLS Output 4 (2026)

Diskusi

1. Pengaruh *Local Food Experience* terhadap *Culinary Loyalty*

Hasil pegujian menunjukkan bahwa *Local Food Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Culinary Loyalty* (β = 0,434; p < 0,001). Semakin positif pengalaman konsumen dalam menikmati Seruit, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk melakukan konsumsi ulang, mempertahankan preferensi, dan merekomendasikan kuliner tersebut kepada orang lain. Dalam konteks Seruit, pengalaman kuliner tidak hanya mencakup cita rasa dan karakteristik sensorik, tetapi juga keunikan penyajian, nilai-nilai budaya, serta tradisi sosial yang melekat pada konsumsi Seruit. Temuan ini sejalan dengan perspektif *experience economy* (Pine dan Gilmour, 1999), yang menempatkan pengalaman sebagai sumber penciptaan nilai dan diferensiasi produk. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa pengalaman kuliner lokal dapat memengaruhi niat perilaku wisatawan

(Badu-Baiden et al., 2022; Lin & Wang, 2022), citra destinasi (Zhu, Zhu dan Weng, 2024), serta loyalitas (Huete-alcocer dan Hernandez-rojas, 2022). Dalam kerangka Stimulus–Organism–Response (SOR), *Local Food Experience* berperan sebagai stimulus yang mendorong terbentuknya respons berupa loyalitas terhadap kuliner. Oleh karena itu, pelaku usaha kuliner tradisional perlu mengembangkan pengalaman konsumsi yang menonjolkan keautentikan Seruit, mempertahankan kualitas penyajian, serta mengomunikasikan nilai-nilai budaya yang terkandung dalam tradisi nyeruit.

2. Pengaruh *Local Food Experience* terhadap Nostalgia

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Local Food Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nostalgia ($\beta = 0{,}586$; $p < 0{,}001$). Hubungan ini memiliki koefisien jalur terbesar dalam model penelitian, yang menunjukkan bahwa pengalaman menikmati makanan lokal berperan penting dalam membangkitkan kenangan dan respons emosional yang berkaitan dengan masa lalu. Dalam konteks ini, konsumsi makanan tradisional dapat mengingatkan individu pada pengalaman makan bersama keluarga, interaksi budaya, serta momen kebersamaan yang memiliki makna personal. Cita rasa, aroma, tekstur, dan konteks sosial dalam kegiatan konsumsi dapat memicu munculnya ingatan serta emosi nostalgia (Gu, Li dan Kim, 2021; Kim *et al.*, 2024). Temuan ini memperkuat perspektif Stimulus–Organism–Response (SOR), yang menempatkan pengalaman kuliner lokal sebagai stimulus yang memiliki hubungan positif dengan kondisi emosional internal konsumen, seperti nostalgia. Secara praktis, pelaku usaha kuliner dapat memanfaatkan kisah asal-usul makanan, resep keluarga yang diwariskan secara turun-temurun, serta narasi budaya lokal untuk memperkuat keautentikan pengalaman kuliner yang dirasakan konsumen.

3. Pengaruh Nostalgia terhadap *Culinary Loyalty*

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa Nostalgia berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Culinary Loyalty* ($\beta = 0{,}274$; $p < 0{,}001$). Kenangan emosional yang muncul ketika konsumen menikmati makanan tradisional dapat memperkuat preferensi, keterikatan, dan loyalitas mereka terhadap kuliner tersebut. Nostalgia memungkinkan konsumen menghubungkan pengalaman kuliner dengan kenangan masa lalu, identitas budaya, dan hubungan sosial. Dalam konteks Seruit, keterikatan emosional terhadap kuliner tradisional Lampung dapat mendorong konsumen untuk terus menikmati dan merekomendasikan makanan tersebut kepada orang lain. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa nostalgia tidak hanya mencerminkan kerinduan terhadap masa lalu, tetapi juga merupakan respons emosional yang memperkuat keterhubungan sosial dan identitas individu (Kelley *et al.*, 2022). Dalam kerangka Stimulus–Organism–Response (SOR), hasil penelitian ini mendukung hubungan antara *organism* dan *response*, yaitu kondisi emosional berupa nostalgia yang berhubungan positif dengan loyalitas terhadap kuliner Seruit sebagai respons perilaku konsumen.

4. Peran Mediasi Nostalgia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nostalgia secara signifikan memediasi hubungan antara *Local Food Experience* dan culinary loyalty ($\beta=0{,}161$; $t=4{,}681$; $p<0{,}001$). Oleh karena itu, telah ditemukan hubungan antara *Local Food Experience* lokal dan culinary loyalty melalui dua jalur: pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung melalui nostalgia. Pengaruh langsung pengalaman kuliner lokal terhadap loyalitas tetap signifikan ($\beta=0{,}434$; $p<0{,}001$), dan pengaruh tidak langsung melalui nostalgia juga signifikan ($\beta=0{,}161$; $p<0{,}001$). Ini menunjukkan bahwa nostalgia berfungsi sebagai mediator parsial komplementer (complementary partial mediation). Hal ini menunjukkan bahwa nostalgia menjelaskan sebagian mekanisme yang menghubungkan pengalaman kuliner lokal dengan loyalitas konsumen, tetapi bukan satu-satunya jalur yang membentuk hubungan tersebut. Temuan ini

memperkuat penerapan kerangka Stimulus–Organism–Response (SOR) dalam konteks pengalaman kuliner, dengan *Local Food Experience* berperan sebagai stimulus, Nostalgia sebagai kondisi emosional internal, dan *Culinary Loyalty* sebagai respons perilaku konsumen. Hasil penelitian ini juga memperluas kajian terdahulu yang menghubungkan pengalaman kuliner lokal dengan kepuasan (Lacap, 2019), citra destinasi (Zhu, Zhu dan Weng, 2024), dan identitas tempat (Tsai, Hsu dan Chen, 2020; Karahan dan Karacabey, 2026).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penilitian menunjukkan bahwa *Local Food Experience* memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas konsumen terhadap Seruit sebagai kuliner tradisional khas Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Local Food Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Culinary Loyalty* dan Nostalgia. Selain itu, Nostalgia juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Culinary Loyalty*. Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa Nostalgia berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara *Local Food Experience* dan *Culinary Loyalty*. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman menikmati kuliner lokal dapat membentuk loyalitas konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui terbentuknya kenangan emosional selama pengalaman konsumsi. Model penelitian mampu menjelaskan 40,4% variasi pada *Culinary Loyalty* dan 34,3% variasi pada Nostalgia. Dengan demikian, loyalitas terhadap kuliner tradisional tidak hanya berkaitan dengan pengalaman konsumsi, tetapi juga dengan nilai emosional dan makna budaya yang melekat pada pengalaman tersebut.

Keterbatasan

Untuk menginterpretasikan temuan penelitian ini, ada beberapa keterbatasan. Pertama, sebagian besar responden merupakan pelajar atau mahasiswa berusia 17–24 tahun, sehingga karakteristik sampel belum sepenuhnya merepresentasikan kelompok demografis lainnya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan responden dengan karakteristik usia, pekerjaan, dan domisili yang lebih beragam guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai loyalitas terhadap kuliner tradisional. Kedua, model penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat faktor lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas konsumen. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel seperti kepuasan konsumen (*customer satisfaction*), persepsi keautentikan (*perceived authenticity*), citra kuliner (*culinary image*), dan keterlibatan budaya (*cultural engagement*) sebagai variabel independen, mediasi, maupun moderasi. Selain itu, penelitian komparatif pada berbagai jenis kuliner tradisional dan wilayah geografis di Indonesia juga disarankan untuk menguji konsistensi hubungan antar variabel serta memperluas penerapan temuan penelitian dalam pengembangan wisata kuliner berbasis budaya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku usaha kuliner dan pengelola wisata gastronomi di Lampung disarankan untuk meningkatkan pengalaman kuliner lokal dengan mempertahankan cita rasa autentik, memperkuat identitas budaya, serta melestarikan tradisi makan bersama *nyeruit*. Selain menjaga kualitas makanan, pelaku usaha perlu menciptakan pengalaman kuliner yang mampu membangkitkan kenangan positif dan kedekatan emosional konsumen terhadap Seruit. Pemerintah daerah juga diharapkan dapat mengintegrasikan Seruit dalam pengembangan wisata gastronomi berbasis warisan budaya lokal. Untuk lebih memahami pembentukan *culinary loyalty* secara lebih mendalam, penelitian harus diperluas untuk memasukkan variabel seperti *place attachment*, *perceived authenticity*, dan *emotional attachment*. Penelitian juga harus menggunakan pendekatan jangka panjang.

Kontribusi Author

Penulis bertanggung jawab secara penuh atas semua tahapan penelitian, mulai dari perumusan konsep, pembuatan kerangka teori, pembuatan instrumen, pengumpulan dan analisis data, hingga interpretasi hasil dan penyusunan naskah. Penulis juga melakukan penelaahan, revisi, dan penyempurnaan artikel serta telah membaca dan menyetujui versi akhir naskah untuk dipublikasikan.

Pernyataan Pengungkapan AI

Dalam proses penyusunan naskah ini, penulis menggunakan *Grammarly* untuk membantu penyuntingan tata bahasa, penerjemahan, dan penyempurnaan struktur kalimat agar sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah. Penulis telah meninjau, memverifikasi, dan menyunting kembali seluruh konten yang dibantu oleh teknologi AI. Penulis bertanggung jawab penuh atas keakuratan informasi, orisinalitas, analisis, interpretasi hasil penelitian, dan integritas ilmiah naskah ini.

REFERENSI

Agyeiwaah, E. *et al.* (2019) "Understanding culinary tourist motivation, experience, satisfaction, and loyalty using a structural approach," *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(3), hal. 295–313. Tersedia pada: https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1541775.

Anggraini, S. *et al.* (2025) "Upaya Melestarkan Budaya Lampung Seruit Sebagai Simbol Kebersamaan Dalam Budaya Kuliner Lampung," 1(1), hal. 19–32. Tersedia pada: https://doi.org/10.23960/selaksamakna.v1i1.369.

Atsız, O. *et al.* (2021) "Understanding food experience in sharing- economy platforms : insights from Eatwith and Withlocals," *Journal of Tourism and Cultural Change*, 0(0), hal. 1–26. Tersedia pada: https://doi.org/10.1080/14766825.2021.1880419.

Badu-Baiden, F. *et al.* (2022) "International tourists' local African food consumption," *Tourism Review*, 77(5), hal. 1333–1348. Tersedia pada: https://doi.org/10.1108/TR-01-2022-0013.

Bertalina, B. *et al.* (2025) "Formulation of Seruit Indigenous Food from Lampung with the Addition of Snakehead Fish (Channa striata) as a Source of Protein," *Amerta Nutrition*, 9(2), hal. 258–265. Tersedia pada: https://doi.org/10.20473/amnt.v9i2.2025.258-265.

Cankül, D. (2025) "The mediating role of nostalgia in the impact of street foods attributes on toward destination attitudes and behavioral intentions," *Journal of Foodservice Business Research*, 00(00), hal. 1–36. Tersedia pada: https://doi.org/10.1080/15378020.2025.2536905.

Cochran, W.G. (1977) *Sampling techniques*. wiley New York.

Dixit, S.K. dan Prayag, G. (2022) "Gastronomic tourism experiences and experiential marketing," 8281. Tersedia pada: https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2065089.

Domínguez-Quintero, A.M., González-Rodríguez, M.R. dan Roldán, J.L. (2019) "The role of authenticity, experience quality, emotions, and satisfaction in a cultural heritage destination," *Journal of Heritage Tourism*, 14(5–6), hal. 491–505. Tersedia pada: https://doi.org/10.1080/1743873X.2018.1554666.

Edo, G.I. *et al.* (2026) "Gastronomic tourism potential of Nigerian indigenous foods: A case study of culinary heritage and destination branding," *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 45(May), hal. 101558. Tersedia pada: https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2026.101558.

Gu, Q., Li, M. dan Kim, S. (Sam) (2021) "The role of nostalgia-evoking stimuli at nostalgia-themed restaurants in explaining benefits, consumption value and post-purchase behavioral intention," *International Journal of Hospitality Management*, 96(October 2020), hal. 102955. Tersedia pada: https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102955.

Hair Jr, J.F. *et al.* (2021) *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature.

Hirzi, M.H., Abida, R.F. dan Siregar, W.Z.B. (2025) "Makanan Ritual dan Makna Simboliknya: Analisis Tradisi Kuliner Sego Langgi di Lamongan, Indonesia: Ritual Meals and Its Symbolic Meaning: Analyses of Culinary Tradition Sego Langgi in Lamongan, Indonesia," *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan Dan Keagamaan*, 20(2), hal. 135–156. Tersedia pada: https://doi.org/10.37680/adabiya.v20i2.7220.

Hossain, S. *et al.* (2023) "The integrated power of gastronomic experience quality and accommodation experience to build tourists ' satisfaction , revisit intention , and word-of-mouth intention," *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 00(00), hal. 1–27. Tersedia pada: https://doi.org/10.1080/1528008X.2023.2173710.

Hu, Y. dan Xu, S. (2021) "Memorability of a previous travel experience and revisit intention: The three-way interaction of nostalgia, perceived disappointment risk and extent of change," *Journal of Destination Marketing and Management*, 20(601), hal. 100604. Tersedia pada: https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100604.

Huete-alcocer, N. dan Hernandez-rojas, R.D. (2022) "International Journal of Gastronomy and Food Science Does local cuisine influence the image of a World Heritage destination and subsequent loyalty to that destination ?," *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27(January), hal. 100470. Tersedia pada: https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100470.

Karahan, S. dan Karacabey, S.U. (2026) "The mediating role of mental well-being in the effect of local food experience on destination loyalty." Tersedia pada: https://doi.org/10.54055/ejtr.v42i.4190.

Kelley, N.J. *et al.* (2022) "Journal of Experimental Social Psychology Nostalgia confers psychological wellbeing by increasing authenticity ☆," *Journal of Experimental Social Psychology*, 102(June), hal. 104379. Tersedia pada: https://doi.org/10.1016/j.jesp.2022.104379.

Kim, J.H. *et al.* (2024) "Can nostalgia-themed stimuli predict customer loyalty and continued patronage?," *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(7), hal. 2385–2405. Tersedia pada: https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2023-0442.

Kock, N. (2015) "Common method bias in PLS-SEM: A full collinearity assessment approach," *International Journal of e-Collaboration (ijec)*, 11(4), hal. 1–10. Tersedia pada: https://doi.org/10.4018/ijec.2015100101.

Lacap, J.P.G. (2019) "The Effects Of Food-Related Motivation , Local Food Involvement , And Food Satisfaction On Destination Loyalty : The Case Of Angeles City , Philippines," 9100, hal. 238–257. Tersedia pada: https://doi.org/10.30519/ahtr.550600.

Lee, H. dan Hyoung, J. (2024) "The Experience Economy and Nostalgia in Food-Making Programs at Food Museums," hal. 1–17. Tersedia pada: https://doi.org/10.17549/gbfr.2024.29.8.107.

Lin, B. dan Wang, S. (2022) "Beyond local food consumption : the impact of local food consumption experience on cultural competence , eudaimonia and behavioral intention," 35(1), hal. 137–158. Tersedia pada: https://doi.org/10.1108/IJCHM-01-2022-0099.

Luong, T.-B. dan Long, D.H. (2025) "The relationship between food experiences, attitude, food destination image, and revisit intention: The moderating role of food culture," *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, hal. 1–29. Tersedia pada: https://doi.org/10.1080/1528008X.2024.2449116.

Mora, D. *et al.* (2021) "Gastronomic experiences as a key element in the development of a tourist destination," *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25(June). Tersedia pada: https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100405.

Pine, B.J. dan Gilmour, J.H. (1999) *Work is theatre & Every business a stage*. Harvard Business School.

Piramanayagam, S., Sud, S. dan Seal, P.P. (2020) "Relationship between tourists' local food experiencescape, satisfaction and behavioural intention," *Anatolia*, 31(2), hal. 316–330. Tersedia pada: https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1747232.

Rajadurai, I.J. *et al.* (2021) "Annals of Leisure Research Exploring the role of experience intensification autobiographical memory and nostalgia in the relationship between experience and behavioural intention," *Annals of Leisure Research*, 0(0), hal. 1–21. Tersedia pada: https://doi.org/10.1080/11745398.2021.1915167.

Richards, G. (2026) "Evolving research perspectives on food and gastronomic experiences in tourism Evolving research perspectives on food and gastronomic experiences in tourism." Tersedia pada: https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2020-1217.

Russell, J.A. dan Mehrabian, A. (1974) "Distinguishing anger and anxiety in terms of emotional response factors.," *Journal of consulting and clinical psychology*, 42(1), hal. 79.

Seyitoğlu, F. (2020) "Tourists' perceptions of the tour guides: The case of gastronomic tours in Istanbul," *Anatolia*, 31(3), hal. 393–405. Tersedia pada: https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1735462.

Sharma, I., Aggarwal, A. dan Lim, W.M. (2026) "Gastro-nostalgia and cultural familiarity shaping tourists' perceptions of food attributes and future behaviors in culinary tourism," *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 66(January), hal. 101412. Tersedia pada: https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2026.101412.

Song, H., Xu, J.B. dan Kim, J.-H. (2021) "Nostalgic experiences in time-honored restaurants: Antecedents and outcomes," *International Journal of Hospitality Management*, 99, hal. 103080. Tersedia pada: https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103080.

Sthapit, E., Coudounaris, D.N. dan Björk, P. (2019) "Extending the memorable tourism experience construct : an investigation of memories of local food experiences," *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 0(0), hal. 1–21. Tersedia pada: https://doi.org/10.1080/15022250.2019.1689530.

Tagmanov, U., Ulema, Ş. dan Ekinci, Y. (2025) "The effect of gastronomy experience on destination loyalty in Kazakhstan," *Anatolia*, 36(2), hal. 452–471. Tersedia pada: https://doi.org/10.1080/13032917.2024.2393631.

Tsai, C., Hsu, H. dan Chen, C. (2020) "An examination of experiential quality , nostalgia , place attachment and behavioral intentions of hospitality customers," *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 00(00), hal. 1–17. Tersedia pada: https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1706684.

Zhu, Y., Zhu, L. dan Weng, L. (2024) "How Do Tourists ' Value Perceptions of Food Experiences Influence Their Perceived Destination Image and Revisit." Tersedia pada: https://doi.org/10.3390/foods13030412.