

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian

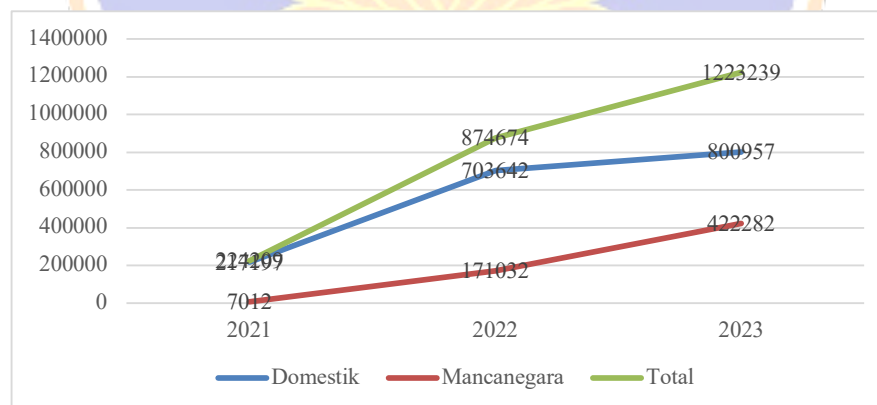
Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi tercepat dan terbesar di dunia yang mampu memberikan pembangunan berkelanjutan di banyak negara (Sulistiyadi, dkk., 2019). Salah satu sektor yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebuah negara yaitu sektor pariwisata (Azizurrohman, dkk., 2021; Bãndoi, dkk., 2020; Bazargani & Kiliç, 2021; Hariyani, 2018; Haryana, 2020). Demikian halnya pariwisata di Indonesia terbukti memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi (Alfiah Mudrikah, dkk., 2014; Risman, dkk., 2016; Sudiarta, dkk., 2021). Kegiatan pariwisata akan menciptakan permintaan baik segi konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa pariwisata merupakan industri yang kompleks karena melibatkan beberapa sektor bisnis yang mendukungnya, yaitu industri perhotelan, restoran dan rumah makan, transportasi darat, laut dan udara, industri kerajinan, industri jasa seperti biro perjalanan dan pemandu wisata dan lainnya (Nurmansyah, 2014; M. S. P. Putra & Astawa, 2022).

Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang luar biasa, menjadikannya sebagai tujuan utama wisata internasional. Keindahan alam Bali, mulai dari pantai-pantai eksotis seperti Kuta,

Sanur dan Nusa Dua hingga kawasan pegunungan seperti Ubud dan Bedugul, menawarkan pemandangan yang memukau bagi wisatawan. Di samping itu, Bali juga kaya akan warisan budaya, yang tercermin dalam upacara adat, seni tari, musik tradisional, serta keberadaan pura-pura besar yang menjadi simbol spiritualitas lokal, seperti Pura Besakih dan Pura Tanah Lot, demikian pula dengan sistem pertanian tradisionalnya, seperti terasering sawah di Tegallalang yang telah menjadi daya tarik wisata budaya dan alam (Suryawan & Kurniawan, 2019). Selain keindahan alam dan budaya, Bali semakin berfokus pada pengembangan pariwisata berkelanjutan. Inisiatif untuk melestarikan lingkungan, seperti pengelolaan sampah dan pelestarian terumbu karang, turut mendukung citra Bali sebagai destinasi wisata yang ramah lingkungan dan sadar akan keberlanjutan (Rahmawati, dkk., 2020). Bali juga memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi signifikan dari sektor pariwisata. Destinasi di wilayah pantai juga merupakan bentuk pengembangan wisata yang memiliki banyak manfaat sebagai perlindungan dan pelestarian sumber daya alam yang ada dipesisir pantai (Sudiarta, dkk., 2021). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Bali menyumbang sekitar 30 persen dari total kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dan memberikan dampak ekonomi yang besar terhadap PDB daerah (Bali, 2021). Dengan berbagai potensi tersebut, Bali terus menjadi ikon pariwisata Indonesia yang mendunia, menarik wisatawan dari seluruh dunia untuk menikmati keindahan alam, kekayaan budaya dan pengalaman wisata yang beragam.

Peningkatan signifikan dalam jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bali menunjukkan pemulihan pariwisata yang semakin menguat pascapandemi. Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bali, pada

bulan Juli 2024 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali mencapai 625.665 orang, mengalami peningkatan sebesar 20,11 persen dibandingkan bulan sebelumnya (BPS Bali, 2024). Pada bulan September 2024, jumlah wisatawan mengalami sedikit penurunan menjadi 593.909 kunjungan; meskipun demikian, angka ini tetap memperlihatkan tingginya antusiasme wisatawan terhadap Bali sebagai destinasi utama (BPS Bali, 2024). Secara kumulatif, kunjungan wisatawan mancanegara dari Januari hingga September 2024 tercatat sebanyak 4.749.449 kunjungan, yang telah melampaui angka kunjungan sebelum pandemi Covid-19 (BPS Bali, 2024). Destinasi-destinasi utama seperti Ubud, Kuta dan Nusa Dua kembali dipenuhi wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam, pantai, serta budaya khas Bali. Peningkatan jumlah kunjungan ini tidak hanya berdampak positif terhadap sektor pariwisata dan ekonomi lokal, tetapi juga mengukuhkan posisi Bali sebagai pilihan destinasi wisata utama yang dirindukan oleh wisatawan dari seluruh dunia salah satunya Kabupaten Buleleng sebagaimana data kunjungan wisatawan pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Grafik Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Buleleng
(Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng, 2024)

Salah satu kabupaten yang telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, berkontribusi pada daya tarik wisata dan diverifikasi produk pariwisata di daerah tersebut adalah kabupaten Buleleng. Merujuk pada data kunjungan wisatawan berdasarkan data Dinas Pariwisata Tahun 2024 pada Gambar 1.1, menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam tiga tahun terakhir. Jumlah kunjungan mengalami kenaikan pada tahun 2021-2022 terjadi peningkatan 74,3 persen dan pada tahun 2022-2023 mengalami kenaikan 28,49 persen. Demikian pula jika dilihat dari kategori asal wisatawan, pada tahun 2021-2022 kunjungan wisatawan domestik 69,13 persen dan pada tahun 2022-2023 jumlah kunjungan naik sebanyak 12,14 persen. Kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2021-2022 sebanyak 95,9 persen dan pada tahun 2022-2023 kunjungannya sebanyak 59,49 persen. Data ini menunjukkan adanya kontinuitas kunjungan wisatawan ke Kabupaten Buleleng yang terjadi selama tahun 2021-2023. Persentase kunjungan yang mengalami penurunan pada tahun 2022-2023 disebabkan karena pada tahun 2021-2022 terjadi lonjakan kunjungan setelah dibukanya pembatasan aktivitas karena wabah Covid-19 (Urmila, dkk., 2024).

Kunjungan wisatawan yang terus meningkat ke Kabupaten Buleleng menunjukkan adanya minat kuat dari wisatawan untuk kembali menikmati keindahan daerah ini. Destinasi-destinasi andalan seperti Pantai Lovina, air terjun Gitgit dan Pura Ulun Danu di Danau Beratan telah menjadi daya tarik utama yang membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung kembali. Hasil penelitian yang dilakukan Purnama & Sutrisna (2023) menunjukkan bahwa faktor penarik utama kunjungan berulang ini adalah keberagaman daya tarik wisata alam dan budaya Buleleng, serta dukungan infrastruktur dan fasilitas pariwisata yang semakin baik.

Seiring perkembangan zaman masyarakat perlu menciptakan hal baru untuk meningkatkan peluang bagi destinasi wisata melalui strategi dalam bentuk promosi (Parma, dkk., 2020). Selain itu, menurut Suastika (2022), adanya minat wisatawan terhadap ekowisata dan wisata edukasi di Buleleng menjadi alasan lain tingginya angka kunjungan berulang. Wisatawan mengapresiasi pengalaman wisata yang berkelanjutan dan autentik, seperti ekowisata dan program pelestarian budaya lokal, yang ditawarkan oleh Buleleng. Hal ini menunjukkan bahwa selain daya tarik alam dan budaya, aspek pelestarian lingkungan dan nilai-nilai budaya lokal juga menjadi faktor yang membuat wisatawan ingin kembali mengunjungi Buleleng. Dengan meningkatnya minat kunjungan kembali ini, sektor pariwisata di Buleleng menunjukkan potensi pertumbuhan yang positif, sekaligus mendorong keterlibatan masyarakat lokal dalam kegiatan pariwisata berkelanjutan yang mengutamakan pelestarian lingkungan dan budaya.

Minat wisatawan untuk kembali berkunjung ke suatu destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh citra destinasi yang positif dan tingkat kepuasan yang dirasakan selama kunjungan pertama. Menurut penelitian Prayag & Ryan (2012), citra destinasi yang baik, yang mencakup keindahan alam, kualitas layanan, serta keamanan dan kenyamanan, memiliki peran penting dalam mendorong niat wisatawan untuk berkunjung kembali. Citra positif ini, jika didukung oleh pengalaman yang memuaskan, akan memperkuat loyalitas wisatawan terhadap destinasi tersebut. Sejalan dengan temuan tersebut, hasil penelitian yang dilakukan Chen & Tsai (2007) juga menemukan bahwa kepuasan wisatawan sangat berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali; semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan wisatawan, semakin besar kemungkinan mereka untuk kembali ke

destinasi tersebut di masa depan.

Merujuk hasil penelitian Petrick (2004) menekankan hubungan antara kepuasan, nilai yang dirasakan dan loyalitas wisatawan. Kepuasan yang tinggi meningkatkan persepsi nilai dan, pada gilirannya, memperkuat niat wisatawan untuk kembali. Hal ini karena wisatawan yang puas merasa bahwa pengalaman mereka menawarkan nilai yang baik untuk uang yang mereka keluarkan, yang meningkatkan loyalitas mereka terhadap destinasi. Selain itu, penelitian Chiu, dkk. (2016) menunjukkan bahwa kombinasi antara citra destinasi yang positif dan kepuasan wisatawan mendorong kunjungan ulang dan rekomendasi kepada wisatawan lain. Dengan demikian, peningkatan citra destinasi dan kualitas pengalaman yang diberikan kepada wisatawan dapat menjadi faktor kunci dalam menarik kunjungan ulang.

Kondisi ini diperkuat hasil penelitian Lee, dkk. (2020) yang menambahkan dimensi baru dengan mengidentifikasi bahwa kepuasan tidak hanya mempengaruhi minat berkunjung kembali dalam jangka pendek tetapi juga dalam jangka panjang. Wisatawan yang mengalami kepuasan tinggi seringkali mengembangkan afiliasi emosional dengan destinasi, yang meningkatkan kemungkinan mereka untuk merencanakan kunjungan di masa depan dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Kepuasan wisatawan seringkali dianggap sebagai prediktor yang kuat untuk minat berkunjung kembali. Penelitian oleh Yoon & Uysal (2005) menunjukkan bahwa kepuasan yang tinggi menciptakan pengalaman positif yang meningkatkan kemungkinan wisatawan untuk merencanakan kunjungan berikutnya. Studi ini menunjukkan bahwa pengalaman yang memuaskan berhubungan langsung dengan niat untuk kembali, karena wisatawan yang puas

cenderung ingin mengulang pengalaman positif mereka.

Minat wisatawan untuk kembali berkunjung ke suatu destinasi sangat dipengaruhi oleh citra destinasi yang positif, yang mencakup elemen-elemen seperti keindahan, reputasi, keamanan, fasilitas dan kualitas layanan. Citra destinasi memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk persepsi wisatawan, yang pada akhirnya mempengaruhi niat mereka untuk melakukan kunjungan ulang (Prayag & Ryan, 2012). Penelitian Bigné, dkk. (2001) menunjukkan bahwa citra destinasi yang kuat berdampak positif pada kepuasan wisatawan, yang kemudian meningkatkan kemungkinan untuk berkunjung kembali dan menciptakan loyalitas terhadap destinasi tersebut. Hal serupa juga ditemukan oleh Chi & Qu (2008), yang menegaskan bahwa citra destinasi berperan sebagai variabel mediasi antara pengalaman wisata dan loyalitas terhadap destinasi.

Hasil penelitian Chen & Tsai (2007) di Taiwan menemukan bahwa wisatawan yang memiliki persepsi positif tentang citra suatu destinasi cenderung memiliki minat yang lebih besar untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut di masa mendatang. Penelitian lain oleh Kim & Lee (2015) di Korea Selatan juga menemukan bahwa citra destinasi berpengaruh pada minat kunjungan ulang, terutama jika didukung oleh pengalaman positif yang mencakup aspek budaya, lingkungan dan keramahan masyarakat lokal. Berdasarkan bukti dari penelitian-penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa membangun citra destinasi yang positif merupakan strategi penting bagi destinasi wisata dalam mempertahankan dan meningkatkan minat kunjungan ulang wisatawan.

Kepuasan wisatawan dan citra destinasi sangat dipengaruhi oleh pengalaman gastronomi yang mereka dapatkan selama kunjungan. Wisata kuliner

bukan hanya soal mengonsumsi makanan, tetapi juga menyangkut pengalaman budaya yang memperkaya persepsi wisatawan terhadap destinasi tersebut. Menurut penelitian Kivela & Crotts (2006), pengalaman gastronomi berkontribusi pada pembentukan citra destinasi yang unik dan berkesan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan memperkuat minat untuk kembali berkunjung. Penelitian dari Atmaja, dkk. (2019) mengatakan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan hasil yang didapat menunjukkan pengaruh yang positif.

Studi dari Kim, dkk. (2009) juga mendukung temuan ini, menunjukkan bahwa wisatawan seringkali menjadikan pengalaman kuliner sebagai salah satu faktor utama dalam penilaian keseluruhan terhadap destinasi. Mereka menemukan bahwa interaksi wisatawan dengan makanan lokal tidak hanya memperkaya citra destinasi, tetapi juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi kepuasan secara keseluruhan. Sebagai contoh, penelitian oleh Björk & Kauppinen-Räsänen (2014) di Eropa menunjukkan bahwa pengalaman positif dalam mencicipi makanan lokal meningkatkan persepsi positif wisatawan terhadap destinasi, yang pada akhirnya membentuk citra destinasi yang kuat dan meningkatkan kemungkinan wisatawan untuk merekomendasikan destinasi tersebut.

Destinasi yang menawarkan pengalaman makan yang unik dan bervariasi dapat menarik wisatawan yang mencari eksplorasi gastronomi sebagai bagian dari perjalanan mereka (Hall & Mitchell, 2001). Kualitas dan keanekaragaman pengalaman kuliner berkontribusi langsung pada kepuasan wisatawan. Hasil penelitian Kim, dkk. (2021) menunjukkan bahwa wisatawan yang mengalami kuliner berkualitas tinggi dan otentik merasa lebih puas dengan kunjungan mereka.

Kepuasan ini sering kali disebabkan oleh perasaan bahwa mereka mendapatkan pengalaman yang memuaskan dan bernilai, yang dapat meningkatkan keseluruhan pengalaman wisata mereka (Mason, 2004). Pengalaman kuliner yang positif tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga mendorong niat wisatawan untuk kembali. Penelitian oleh Yoon & Uysal (2005) menunjukkan bahwa kepuasan yang dihasilkan dari pengalaman kuliner berkualitas dapat memperkuat niat berkunjung kembali. Wisatawan yang memiliki pengalaman makan yang memuaskan lebih cenderung merencanakan kunjungan ulang ke destinasi tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain (Petrick, 2004). Pengalaman gastronomi merujuk pada keseluruhan rangkaian aktivitas dan interaksi yang melibatkan makanan dan minuman selama perjalanan atau kunjungan ke suatu destinasi (Björk, 2017; Seyitoğlu, 2020). Pengalaman gastronomi sering kali dianggap sebagai bagian integral dari perjalanan yang memperkaya pengalaman wisatawan dan memberikan wawasan lebih dalam tentang budaya dan tradisi lokal (Kivela & Crofts, 2006; Quan & Wang, 2004; Richards & Wilson, 2020). Pengalaman kuliner yang kaya dan beragam berkontribusi pada daya tarik destinasi, meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong kunjungan berulang.

Kabupaten Buleleng memiliki berbagai masakan tradisional Bali yang otentik, seperti Bebek Betutu (bebek yang dimasak dengan bumbu khas), Ayam Betutu dan Sate Lilit. Makanan ini sering disiapkan menggunakan resep turun-temurun dan bahan-bahan lokal yang unik, memberikan pengalaman kuliner yang kaya bagi wisatawan (Sari, 2018). Selain itu, Buleleng dikenal dengan hidangan berbasis ikan segar dan rempah-rempah yang khas. Menurut Budiawan, dkk. (2020) bahwa Kabupaten Buleleng pada tahun 1920-an sudah menjadi pintu masuk utama

destinasi wisata bagi wisatawan. Daerah ini memiliki berbagai bahan lokal yang berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut dalam sektor kuliner. Misalnya, coklat Buleleng yang dihasilkan dari kakao lokal semakin populer dan berpotensi menjadi daya tarik kuliner yang unik (Nugraha, dkk., 2021). Produk-produk seperti kopi dan rempah-rempah lokal juga bisa dikembangkan menjadi bagian dari pengalaman gastronomi. Wisatawan dapat belajar langsung dari penduduk lokal tentang cara membuat hidangan tradisional atau berpartisipasi dalam tur yang mengunjungi pasar dan restoran lokal untuk mencicipi berbagai hidangan (Sari, 2019).

Pengembangan pengalaman gastronomi di Buleleng telah meningkatkan daya tarik destinasi dengan menawarkan pilihan kuliner yang unik dan autentik. Festival makanan lokal dan pasar kuliner yang berkembang, seperti Festival Kuliner Buleleng, memberikan platform bagi wisatawan untuk mengeksplorasi masakan tradisional dan inovatif yang menggabungkan elemen lokal dengan sentuhan modern (Tandjung, 2020). Pengalaman gastronomi yang berkualitas tinggi berkontribusi pada peningkatan kepuasan wisatawan, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi kembali dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Penelitian oleh (Sari, 2019) menunjukkan bahwa wisatawan yang menikmati kuliner lokal yang autentik dan berkualitas tinggi lebih cenderung merasa puas dan memiliki niat untuk kembali. Ini juga berdampak positif pada ulasan *online* dan promosi dari mulut ke mulut, yang dapat meningkatkan reputasi destinasi.

Berdasarkan uraian di atas, dengan memperhatikan kontinuitas kunjungan dan penurunan persentase kunjungan wisatawan ke Kabupaten Buleleng serta dengan mengaitkannya dengan kepuasan wisatawan, citra destinasi dan potensi

wisata kuliner yang memberikan pengalaman gastronomi kepada wisatawan yang berkunjung. Maka penulis tertarik melakukan penelitian terkait pengaruh pengalaman gastronomi, citra destinasi dan kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung Kembali wisatawan ke Kabupaten Buleleng.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka identifikasi masalah yang ditemukan dalam penelitian yaitu:

1. Kontinuitas kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara mengalami tren kunjungan negatif, hal ini dibuktikan dengan penurunan persentase jumlah kunjungan wisatawan.
2. Hasil empiris yang menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan dan citra destinasi akan menimbulkan minat yang lebih besar untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut di masa mendatang
3. Meratanya potensi pengembangan kuliner yang diduga mampu menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat untuk berkunjung Kembali ke Kabupaten Buleleng.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah pada penelitian ini di gunakan untuk menghindari pelebaran pokok masalah agar penelitian ini lebih terarah, sehingga tujuan penelitian ini tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penulis memfokuskan penelitian ini untuk menguji pengaruh pengalaman gastronomi, kepuasan wisatawan dan citra destinasi, terhadap minat berkunjung kembali ke Kabupaten Buleleng.
2. Penelitian ini akan mengkaji pengaruh pengalaman gastronomi, citra destinasi, kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali berdasarkan persepsi wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, peneliti dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh pengalaman gastronomi terhadap minat berkunjung kembali ke Kabupaten Buleleng?
2. Bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali ke Kabupaten Buleleng?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali ke Kabupaten Buleleng?
4. Bagaimana pengaruh pengalaman gastronomi melalui citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali ke Kabupaten Buleleng?
5. Bagaimana pengaruh pengalaman gastronomi melalui kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali ke Kabupaten Buleleng?
6. Bagaimana pengaruh pengalaman gastronomi, citra destinasi, kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali ke Kabupaten Buleleng?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menguji pengaruh pengalaman gastronomi terhadap minat berkunjung kembali ke Kabupaten Buleleng.
2. Menguji pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali ke Kabupaten Buleleng.
3. Menguji pengaruh kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali ke Kabupaten Buleleng.
4. Menganalisis pengaruh pengalaman gastronomi melalui citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali ke Kabupaten Buleleng.
5. Menganalisis pengaruh pengalaman gastronomi melalui kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali ke Kabupaten Buleleng.
6. Menganalisis pengaruh pengalaman gastronomi, citra destinasi, kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali ke Kabupaten Buleleng.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah, hasil yang didapat dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat diterapkan serta berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya Manajemen Pemasaran yang terkait dengan Pengalaman Gastronomi, Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Kabupaten Buleleng.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi serta masukan yang positif guna mengembangkan objek pariwisata yang diperoleh dari pengalaman gastronomi untuk membangkitkan minat wisatawan berkunjung kembali di Kabupaten Buleleng.

2) Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada masyarakat untuk mengembangkan objek pariwisata agar nantinya dapat berkembang melalui pengalaman gastronomi dengan tujuan membangkitkan kepuasan wisatawan dan minat wisatawan berkunjung kembali ke Kabupaten Buleleng.

3) Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta pengetahuan mengenai pengaruh pengalaman gastronomi terhadap kepuasan wisatawan dan minat wisatawan berkunjung kembali ke Kabupaten Buleleng.

4) Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya serta dapat menjadi pengetahuan tambahan terkait dengan Pengalaman Gastronomi, Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung kembali ke Kabupaten Buleleng.