

Pengaruh Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Margasatwa Semarang

Dewi Ratna Sari

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang

Abstract. *This study aims to determine whether there is a positive and significant influence between amenities and accessibility to tourist satisfaction at the wildlife park Semarang, as well as to determine which variables are the most dominant influence on tourist satisfaction. The method used in this research is survey method with quantitative analysis while the research design is regression and correlation which consists of one or more factors. There are two types of data used, primary data and secondary data. The tools in this study are questionnaires, observations, and documentation. The number of samples in the study were respondents as many as 100 visitors of Semarang Wildlife Park. Based on the results of SPSS, hypothesis (either partially or simultaneously) at level tested a significant and positive effect on the regression equation, $Y = 0.395 X_1 + 0.191 X_2$ and proved that the variable amenities affects most to the variable Y (satisfaction rating) with a regression coefficient of 0.395. The conclusion of this study is that of the two variables Amenitas and Accessibility, the Amenitas that have the most positive influence on tourist satisfaction in the Semarang Wildlife Park. So if the conditions are good, then tourist satisfaction increases.*

Keywords: Amenitas, Accessibility, and Tourist Satisfaction.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh positif dan signifikan antara amenities dan aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Margasatwa Semarang, serta untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dengan analisis kuantitatif sedangkan desain penelitiannya adalah regresi dan korelasi yang terdiri dari satu faktor atau lebih. Data yang digunakan ada dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Alat dalam penelitian ini adalah kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Jumlah sampel dalam penelitian merupakan responden sebanyak 100 pengunjung Taman Margasatwa Semarang. Berdasarkan hasil SPSS, hipotesis (baik secara parsial maupun simultan) pada taraf teruji signifikan dan positif berpengaruh dengan persamaan regresi, $Y = 0,395 X_1 + 0,191 X_2$ serta terbukti bahwa variabel amenities berpengaruh paling besar terhadap variabel Y (kepuasan wisatawan) dengan koefisien regresi sebesar 0,395. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa dari dua variabel Amenitas dan Aksesibilitas, Amenitas yang paling berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan di Taman Margasatwa Semarang. Jadi apabila amenities baik, maka kepuasan wisatawan meningkat.

Kata kunci: Amenitas, Aksesibilitas, dan Kepuasan Wisatawan.

PENDAHULUAN

Pariwisata saat ini merupakan bisnis unggulan, sebagian orang membutuhkan hiburan untuk memuaskan atau membahagiakan diri (pleasure) dan untuk menghabiskan waktu luang (leisure). Pariwisata merupakan salah satu hal penting bagi suatu negara. Pariwisata bagi negara atau pemerintah daerah berpotensi untuk memperoleh pemasukan dari setiap pendapatan daya tarik wisata. Pariwisata mempunyai peranan penting dalam mendorong kegiatan ekonomi, meningkatkan citra Indonesia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memberikan perluasan kesempatan kerja.

Kota Semarang memiliki berbagai macam daya tarik wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan dari wisata alam, budaya, maupun buatan. Dan salah satu daya tarik wisata yang ada di Kota Semarang adalah Taman Margasatwa Semarang. Taman Margasatwa Semarang merupakan satu-satunya kebun binatang yang ada di Kota Semarang, Kota Semarang telah memiliki kebun binatang sejak 1954 yang terletak di Tegalwareng dan pada saat itu berada di tengah-tengah Kota Semarang. Pada tahun 1985 kebun binatang Tegalwareng akhirnya direlokasi ke dua lokasi baru yaitu di Taman Lele dan di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Gunungpati. Pada tahun 2004 pemerintah Kota Semarang merasa perlu kembali Kebun Binatang Tinjomoyo ke lokasi baru dengan beberapa pertimbangan, maka pada tanggal 28 Februari 2007 Kebun Binatang Tinjomoyo direlokasi ulang ke wilayah barat Kota Semarang, tepatnya di Jalan Walisongo KM 16, seberang Terminal Mangkang Semarang dan dengan lokasi baru ini Kebun Binatang Tinjomoyo beralih nama pula menjadi “Kebun Binatang Mangkang Semarang” (Taman Margasatwa Semarang). Yang menempati luas lahan ± 9 Ha. Taman Margasatwa Semarang merupakan tempat konservasi satwa yang memadukan konsep edukasi dengan konsep rekreasi, sehingga para pengunjung yang datang ke Taman Margasatwa Semarang ini bisa mendapatkan pengetahuan yang lebih luas mengenai kekayaan flora dan fauna nusantara.

Harga tiket masuk Taman Margasatwa Semarang, mulai hari Sabtu, 21 April 2018 menjadi Rp. 7.500,- untuk hari biasa, yang sebelumnya dikenakan tarif Rp. 5.000,- dan Rp. 10.000,- untuk hari libur, yang sebelumnya dikenakan tarif Rp. 7.500,-. Taman Margasatwa Semarang buka setiap hari dari mulai pukul 08.00 sampai pukul 17.00 WIB.

TINJAUAN PUSTAKA

Amenitas

Menurut Cooper (2005), amenitas adalah tersedianya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan. Inskeep (1991), dalam buku yang berjudul “Pengantar Pemasaran Pariwisata” menambahkan bahwa amenitas merupakan fasilitas dan pelayanan wisata, dalam hal ini ialah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata. Fasilitas terbentuk termasuk *tour and travel operations* disebut juga pelayanan penyambutan. Fasilitas tersebut meliputi: restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya, toko-toko untuk menjual hasil kerajinan tangan, cinderamata, tokotoko khusus, bank, tempat penukaran uang, kantor informasi wisata, pelayanan pribadi (seperti salon kecantikan), fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum (termasuk kantor polisi dan pemadam kebakaran), dan fasilitas perjalanan untuk masuk dan keluar di suatu negara (seperti kantor imigrasi dan bea cukai). Sedangkan menurut Mill (2000), “*facilities service them when they get there*” fasilitas wisata adalah salah satu hal yang memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang melakukan perjalanan wisata sesampainya mereka di atraksi wisata. Komponen pariwisata dan fasilitas perjalanan terdiri dari unsur alat transportasi, fasilitas akomodasi, fasilitas makanan dan minuman, dan fasilitas yang lainnya yang sesuai dengan kebutuhan perjalanan. Adapun fasilitas terbagi sebagai berikut:

1. Tempat makan dan minum

Tentu saja dalam melakukan kunjungan ke tempat wisata para wisatawan yang datang memerlukan makan dan minum sehingga perlu disediakan pelayanan makanan dan minuman. Hal tersebut mengantisipasi bagi para wisatawan yang tidak membawa bekal saat melakukan perjalanan wisata. Makanan khas daerah wisata juga dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang datang. Hal yang perlu dipertimbangkan yaitu jenis makanan dan minuman, kebersihan, pelayanan, harga, bahkan lokasi juga menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

2. Cinderamata

Cinderamata adalah sesuatu yang dibawa oleh seorang wisatawan ke rumahnya untuk kenangan yang terkait dengan benda itu. Dalam bahasa Indonesia, istilah ini disinonimkan dengan oleh-oleh, souvenir, atau kenang-kenangan.

Cinderamata bisa berupa pakaian, topi, peralatan rumah tangga, asbak, dan sebagainya. Benda benda tersebut bisa ditulisi untuk menandai asalnya. Wisatawan bisa pula membeli cinderamata sebagai kenang-kenangan bagi orang lain.

3. Fasilitas umum di lokasi wisata

Fasilitas umum yang dimaksud adalah fasilitas penunjang tempat wisata, seperti: toilet umum, tempat parkir, mushola, dan sebagainya. Pembangunan fasilitas wisata di daerah tujuan wisata maupun daya tarik wisata harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Fasilitas wisata secara kuantitatif menunjukkan pada jumlah fasilitas wisata yang harus disediakan dan secara kualitatif menunjukkan pada mutu pelayanan yang diberikan dan tercermin pada kepuasan wisatawan.

Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah sarana dan prasarana yang akan memberikan kemudahan bagi wisatawan yang akan berkunjung disuatu kawasan wisata. Lokasi (aksesibilitas) menyangkut: tanda jalan, akses ke atraksi wisata, waktu tempuh untuk mencapai tempat tujuan, biaya perjalanan, dan transportasi ke tempat tujuan. Aksesibilitas mencakup keseluruhan infrastruktur transportasi yang menghubungkan wisatawan dari ke dan selama di daerah tujuan wisata mulai darat, laut, dan udara (Soetomo, 2006). Hal yang diperlukan dalam aksesibilitas adalah sebagai berikut:

1. Kemudahan mencapai

Kemudahan mencapai ini seperti penetapan jalur dan tanda petunjuk untuk memudahkan wisatawan mencapai daya tarik wisata yang dituju. Hal ini berfungsi agar wisatawan mencapai ke daya tarik wisata yang dituju dan agar wisatawan yang belum pernah mengunjungi daya tarik wisata tidak kesulitan untuk mencapainya.

2. Kenyamanan

Kenyamanan perjalanan untuk mencapai daya tarik wisata sangat diperlukan sekali. Jika wisatawan merasa nyaman dan tenang dalam mencapai daya tarik wisata, maka bukan tidak mungkin mereka akan kembali lagi mengunjungi daya tarik wisata tersebut.

3. Keamanan

Keamanan merupakan hal yang paling utama yang dibutuhkan wisatawan. Keamanan yang dimaksud yaitu keamanan sepanjang perjalanan menuju daya tarik wisata, tidak ada perampok, penipu, dan lain sebagainya.

4. Kelancaran

Kelancaran yang dimaksud yaitu kelancaran dalam segi angkutan transportasi maupun perjalanan.

Kepuasan Wisatawan

Kotler (2000), mengatakan “the long term success of the a particular brand is not based on the number of consumer who purchase it only once, but on number who become repeat purchase”. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang loyal tidak diukur dari banyak dia membeli, tapi dari berapa sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk disini merekomendasikan orang lain untuk membeli.

Kotler (2000), menyatakan ciri-ciri pengunjung yang merasa puas sebagai berikut:

1. Loyal terhadap produk

Pengunjung yang puas cenderung loyal dimana pengunjung akan membeli ulang dari produsen yang sama. Sedangkan tujuan akhir keberhasilan perusahaan menjalin hubungan relasi dengan pengunjungnya adalah untuk membentuk loyalitas yang kuat. Indikator dari loyalitas yang kuat adalah:

- a. Say positive thing adalah mengatakan hal yang positif tentang produk yang telah dikonsumsi.
- b. Recommend friend adalah merekomendasikan produk yang telah dikonsumsi kepada teman.
- c. Continue purchasing adalah pembelian yang dilakukan secara terus menerus terhadap produk yang telah dikonsumsi.

2. Komunikasi dari mulut ke mulut (word of mouth communication)

Komunikasi dari mulut ke mulut (word of mouth communication) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon pengunjung lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan. Berdasarkan hal yang ada, word of mouth communication terdiri atas dua jenis yaitu:

- a. Organic word mouth Terjadi ketika seseorang pengunjung merasa sangat puas dengan kinerja dari produk ataupun layanan sehingga berkeinginan untuk

berbagi pengalaman dan informasi kepada keluarga dan teman-temannya. Ini menandakan pentingnya kepuasan pengunjung (customer satisfaction).

b. Amplified word mouth Pembicaraan yang dimulai dari kampanye yang diselenggarakan untuk membuat orang-orang berbicara.

3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain.

Pengunjung agar segera menentukan keputusan pembeliannya dengan mengunjungi produsen yang sama sebagai pertimbangan utama. Hal ini mengindikasikan adanya realisasi kepuasan pengunjung untuk mengkonsumsi produk tersebut. Strategi promosi baik menu maupun penjualan merupakan salah satu langkah untuk menarik pengunjung kembali.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2004), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik sebuah kesimpulannya.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung di Taman Margasatwa Semarang. Jumlah populasi pada penelitian ini sebanyak 59.405 wisatawan yang diambil dari data wisatawan pada bulan Januari-Maret tahun 2018 dengan rata-rata populasi perbulannya adalah 19.802 wisatawan.

Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel penelitian yakni sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Teknik pengambilan sampel memakai probability sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Arikunto, 2004).

Sedangkan penentuan pengambilan jumlah responden (sampel) dilakukan melalui teknik accidental sampling atau sampling kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan (accidental) bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2007). Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin (Sevilla et. al., 1960:182), sebagai berikut:

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

Keterangan:

N : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (error tolerance)

dengan menggunakan rumus Slovin, maka dapat ditentukan sampel sebesar:

$$\begin{aligned}n &= N / (1 + Ne^2) \\ &= 19.802 / (1 + 19.802 \cdot (0,1)^2) \\ &= 19.802 / 199,02 \\ &= 99,497 \\ &= 100 \text{ (pembulatan dari 99,497)}\end{aligned}$$

Metode Analisis

Data Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen amenities (X1) dan aksesibilitas (X2) terhadap variabel dependen kepuasan wisatawan (Y). Adapun hasil rekapitulasi analisis regresi linier berganda.

HASIL PEMBAHASAN

Pengaruh Variabel Amenitas Terhadap Kepuasan Wisatawan

Uji hipotesis 1 hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel amenities terhadap variabel kepuasan wisatawan. Hal ini didukung dengan koefisien regresi variabel amenities sebesar 0,395 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel amenities terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini berarti hipotesis pertama diterima. Dengan demikian amenities menentukan kepuasan wisatawan berkunjung di Taman Margasatwa Semarang.

Berdasarkan hasil variabel amenities, diantara 3 dimensi yang diteliti, dimensi fasilitas umum di lokasi wisata merupakan komponen yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, yaitu sebesar 4,09. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan memiliki tanggapan yang positif dan setuju terhadap pernyataan yang berkaitan dengan dimensi fasilitas umum di lokasi wisata pada kenyataannya tersedianya tempat ibadah, toilet, dan ruang ganti wisatawan, area parkir yang luas, dan loket wahana permainan yang memadai di Taman Margasatwa Semarang.

Pengaruh Variabel Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan

Uji hipotesis 2 hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel aksesibilitas terhadap variabel kepuasan wisatawan. Hal ini didukung dengan koefisien regresi variabel aksesibilitas sebesar 0,191 dengan tingkat signifikansi $0,038 < 0,05$, hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini berarti hipotesis kedua diterima. Dengan demikian aksesibilitas menentukan kepuasan wisatawan berkunjung di Taman Margasatwa Semarang.

Berdasarkan hasil variabel aksesibilitas, diantara 4 dimensi yang diteliti, dimensi kemudahan mencapai merupakan komponen yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, yaitu sebesar 3,71. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan memiliki tanggapan yang positif dan setuju terhadap pernyataan yang berkaitan dengan dimensi kemudahan mencapai pada kenyataannya tersedianya transportasi umum yang memadai dan adanya papan petunjuk arah baik menuju maupun didalam daya tarik wisata Taman Margasatwa Semarang.

Pengaruh Variabel Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan

Uji hipotesis 3 hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel amenitas dan aksesibilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan di Taman Margasatwa Semarang. Hal ini diperkuat dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu sebesar $13,278 > 3,09$, jadi simpulannya H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan variabel amenitas dan aksesibilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan. Dengan demikian semakin baik amenitas dan aksesibilitas maka wisatawan akan merasa puas dan akan melakukan kunjungan ulang ke Taman Margasatwa Semarang.

Berdasarkan hasil perhitungan variabel amenitas dan aksesibilitas, diantara 2 variabel yang diteliti, variabel amenitas dari dimensi fasilitas umum di lokasi wisata merupakan komponen yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yaitu sebesar 4,09. Sedangkan variabel aksesibilitas dari dimensi kemudahan mencapai merupakan komponen yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yaitu sebesar 3,71. Kedua faktor tersebut merupakan faktor penentu kepuasan wisatawan selanjutnya. Sebagai daya tarik wisata yang mempunyai amenitas dan aksesibilitas yang

cukup baik, maka dalam hal ini agar tetap ditingkatkan guna kepuasan wisatawan di kunjungan berikutnya.

Variabel Yang Paling Berpengaruh Terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah dengan SPSS diperoleh data bahwa variabel amenitas (X1) terhadap kepuasan wisatawan (Y), didapat angka sebesar 0,395, angka tersebut menunjukkan angka terbesar dari variabel yang lain. Jadi bisa disimpulkan bahwa variabel amenitas paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Taman Margasatwa Semarang, yang dilihat berdasarkan koefisien beta standar.

Alasan dari berpengaruhnya amenitas terhadap kepuasan wisatawan adalah dari dimensi fasilitas umum di lokasi wisata yaitu tersedianya tempat ibadah, toilet, dan ruang ganti wisatawan, tersedianya area parkir yang luas, dan adanya loket wahana permainan yang memadai di Taman Margasatwa Semarang. Berikutnya dari dimensi tempat makan dan minum adalah tersedianya keragaman menu makanan dan minuman yang ada di Taman Margasatwa Semarang, serta makanan dan minuman yang dijual di Taman Margasatwa Semarang cukup bersih. Dan yang terakhir dari dimensi cinderamata yaitu adanya penjual souvenir di Taman Margasatwa Semarang.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan kepada wisatawan di Taman Margasatwa Semarang dapat disimpulkan bahwa:

1. Ada pengaruh positif dan signifikan amenitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Margasatwa Semarang, sehingga hipotesis pertama diterima.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Margasatwa Semarang, sehingga hipotesis kedua diterima.
3. Ada pengaruh positif dan signifikan amenitas dan aksesibilitas secara bersamaan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Margasatwa Semarang, sehingga hipotesis ketiga diterima.
4. Amenitas paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan dibandingkan aksesibilitas di Taman Margasatwa Semarang, sehingga hipotesis keempat ditolak.

Saran

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian ini untuk meningkatkan kepuasan wisatawan di Taman Margasatwa Semarang, maka ada beberapa hal yang hendaknya mendapatkan perhatian antara lain:

- a. bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang untuk meningkatkan perawatan dan kebersihan sarana prasarana diperlukan pengawasan yang rutin dan secara langsung oleh Kepala UPTD Taman Margasatwa Semarang.
- b. bagi pengelola Taman Margasatwa Semarang agar tetap menjaga kebersihan tempat ibadah, toilet, ruang ganti wisatawan, dan juga berbagai fasilitas lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief. (2001). Taman Wisata Alam. Retrieved on 31 March 2017 from <http://www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-taman-wisata-alam/>
- Arikunto, Suharsimi. (2004). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Cooper. 2005. *Tourism Principle and Practice*. New York: Prentice Hall.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Inskeep, E. 1991. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Approach*. New York, Inc: Van Nostrand Reinhold.
- Karyono, A. Hari. 1997. *Kepariwisata*, Jakarta: PT. Grasindo
- Kotler, Philip, (2000), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Prenhallindo
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran di Indonesia. Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Mayer, R. E., 2009. *Multimedia Learning: Prinsip-prinsip dan Aplikasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mill, R. C. 2000. *Tourism The International Bussiness*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Murphy, P.E., 1985. *Tourism A Community Apparoach*. Metheun: New York.
- Nyoman S. Pendit, 1999. *Ilmu Pariwisata “Sebuah Pengantar Perdana”*, Jakarta: Akademi Pariwisata Trisakti.
- Pendit, Nyoman S. 2006. *Ilmu Pariwisata sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita
- Sammeng, A.M., 2000, *Cakrawala Pariwisata*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Soetomo. 2006. *Strategi-Strategi Pembangunan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Sugiyono, (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas
- Sumarwan, Ujang. 2003. “Perilaku Konsumen”. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
Undang-Undang Republik Indonesia Tentang Kepariwisata No. 10 Tahun 2009
- Wilkie, William L. 1994. *Customer Behavior (Third Edition)*. New York. John Wiley & Sons, Inc, s.
- Yoeti, Oka A. 2002. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Perca.
- Zeithaml, Valarie A dan Bitner (2002). *Service Marketing*. New York: McGraw Hill Inc