



Pengaruh Motivasi Internal dan External Terhadap Niat Berkunjung Kembali Dimediasi Oleh Kepuasan

Made Donny KUSDARYANA¹, Francisca Titing KOERNIAWATY², I Made DARSANA^{3*}

^{1,2,3} Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Indonesia

koe.titing@gmail.com¹, donnymade666@gmail.com², made.darsana@ipb-intl.ac.id^{3*}

Alamat: Jl. Gatot Subroto Tim. Jl. Kecak No.12, Tonja, Kec. Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali 80239

Korespondensi email: made.darsana@ipb-intl.ac.id

ABSTRACT. *This research aims to analyze the influence of internal motivation and external motivation on intention to revisit which is mediated by satisfaction with visiting Pualu Nusa Penida. This research uses a quantitative descriptive approach. Data was collected through observation, interviews and distributing questionnaires to tourists. The research sample was 100 tourists, while the sampling technique used purposive sampling. Data was collected from 100 respondents using a questionnaire and analyzed using SEM PLS. Evaluation of the PLS-based structural model, apart from looking at the R-square and Q-square values, can also be carried out by fulfilling several criteria such as the Chi-Square Test, GFI (Goodness of Fit Index), SRMR (Standardized Root Residual) and NFI (Normal Fit Index). Based on the results of the analysis using statistical tests, the results of this research are, internal motivation has a significant positive effect on tourist satisfaction, external motivation has a significant positive effect on tourist satisfaction, tourist satisfaction also has a positive effect on tourists' intention to revisit, internal motivation has a significant positive effect on intention. Tourists' return visit and external motivation have a positive influence on tourists' intention to return.*

Keywords: *External motivation, internal motivation, intention to visit and tourist satisfaction*

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi internal dan motivasi eksternal terhadap niat berkunjung kembali yang dimediasi oleh kepuasan yang mengunjungi Pualu Nusa Penida. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara serta penyebaran kuisioner kepada wisatawan. Sampel penelitian adalah 100 wisatawan, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data dikumpulkan dari 100 responden menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan SEM PLS. Evaluasi model struktural berbasis PLS selain melihat nilai R-square dan Q-square juga dapat dilakukan dengan pemenuhan beberapa kriteria seperti, Uji *Chi-Square*, GFI (*Goodness of Fit Index*), SRMR (*Standardized Root Residual*) dan NFI (*Normal Fit Index*). Berdasarkan hasil analisis dengan uji statistik tersebut maka hasil dari penelitian ini yakni, Motivasi internal berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan wisatawan, Motivasi eksternal berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan wisatawan, Kepuasan wisatawan berpengaruh positif terhadap pula Niat berkunjung kembali Wisatawan, Motivasi internal berpengaruh positif signifikan terhadap Niat berkunjung kembali Wisatawan dan Motivasi eksternal berpengaruh positif terhadap Niat berkunjung kembali Wisatawan.

Kata kunci: Motivasi eksternal, motivasi internal, niat berkunjung dan kepuasan wisatawan

1. PENDAHULUAN

Pariwisata adalah aktivitas perjalanan seseorang atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain di luar rutinitas sehari-hari untuk jangka waktu tidak lebih dari 12 bulan tanpa tujuan mencari nafkah, melainkan untuk bersenang-senang, melepas rutinitas, bisnis, kesehatan, atau pendidikan (WTO, 1995). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada Agustus 2023 mencapai 1,13 juta, meningkat 1,02% dibandingkan bulan sebelumnya dan 68,92%

dibandingkan tahun lalu. Wisatawan dari Malaysia, Australia, dan Singapura mendominasi kunjungan ini.

Pariwisata diakui sebagai kontributor penting bagi perekonomian, menyediakan sumber pendapatan langsung dan tidak langsung. Pada tahun 2018, kontribusi langsung sektor perjalanan dan pariwisata mencapai USD 2.674,2 miliar, mencerminkan industri hotel, agen perjalanan, maskapai penerbangan, dan transportasi penumpang lainnya (WTTC, 2018). Indonesia, melalui Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, menekankan pentingnya pengembangan pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan, pertumbuhan ekonomi, dan kebudayaan.

Pulau Bali adalah salah satu destinasi andalan Indonesia, terkenal sejak tahun 1970-an dengan kebudayaan dan seni sebagai daya tarik utama. Pada tahun 2017, Bali menerima penghargaan "The World's Best Destination" dari TripAdvisor Travellers' Choice Awards. Sektor pariwisata di Bali menjadi penggerak ekonomi dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

Kawasan Nusa Penida di Bali, dikenal sebagai "The Last Paradise In Bali," merupakan destinasi wisata yang semakin populer dengan keindahan alam dan potensi wisata lautnya. Kawasan ini terbagi menjadi tiga pulau utama: Nusa Penida, Nusa Ceningan, dan Nusa Lembongan. Pengembangan pariwisata di Nusa Penida didukung oleh penetapannya sebagai Kawasan Konservasi Perairan sejak 2014, serta penghargaan sebagai destinasi kepulauan terbaik dari Kementerian Pariwisata pada 2018.

Menurut catatan Dinas Pariwisata Provinsi Bali (2023), Nusa Penida menerima rata-rata 2.100 kunjungan wisatawan per hari pada tahun 2023. Pengembangan infrastruktur, akomodasi, dan fasilitas pendukung telah meningkatkan kunjungan wisatawan, namun masih ada tantangan dalam meningkatkan aksesibilitas dan fasilitas.

Motivasi wisatawan untuk mengunjungi destinasi pariwisata dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Kepuasan wisatawan sangat penting karena akan membentuk niat untuk kunjungan ulang dan loyalitas terhadap destinasi. Penelitian ini berfokus pada pengaruh motivasi internal dan eksternal terhadap kepuasan dan niat kunjungan ulang wisatawan mancanegara ke Pulau Nusa Penida, serta strategi pengembangan daya tarik wisata di kawasan ini.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini mengacu pada berbagai literatur dan jurnal yang relevan untuk memahami motivasi wisatawan, kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas dalam kegiatan pariwisata, khususnya marine tourism di Bali. Penelitian oleh Suardana (2016) dan Suryawan dkk. (2016) menunjukkan adanya hubungan antara motivasi internal dan eksternal terhadap kepuasan yang berdampak pada kepercayaan dan loyalitas wisatawan. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei dan analisis SEM. Hasilnya menunjukkan bahwa kepuasan memainkan peran penting dalam membentuk loyalitas wisatawan. Penelitian Laurentina dkk. (2017) dan Basiya & Rozak (2012) memperkuat temuan ini dengan menunjukkan hubungan antara atribut destinasi, kepuasan, dan niat berkunjung kembali. Studi-studi tersebut juga menggunakan pendekatan kuantitatif dan SPSS untuk analisis data. Lebih lanjut, Sudiarta dkk. (2014) menekankan pentingnya kepuasan pasca layanan dalam membentuk niat berkunjung kembali dan WOM positif. Purnami dan Suryawardani (2018) serta Mat Som dkk. (2012) juga mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan dan niat membayar untuk kunjungan ulang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan niat berkunjung kembali wisatawan ke Pulau Nusa Penida. Temuan dari literatur ini memberikan landasan bagi penulis dalam merumuskan konsep dan indikator yang akan diuji dalam penelitian ini, khususnya terkait motivasi, kepuasan, dan niat berkunjung kembali.

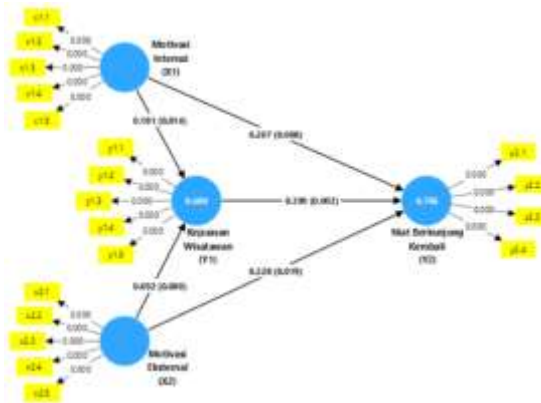
3. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara serta penyebaran kuisisioner kepada wisatawan. Sampel penelitian adalah 100 wisatawan, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data dikumpulkan dari 100 responden menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan SEM PLS. Evaluasi model struktural berbasis PLS selain melihat nilai R-square dan Q-square juga dapat dilakukan dengan pemenuhan beberapa kriteria seperti, Uji *Chi-Square*, GFI (*Goodness of Fit Index*), SRMR (*Standardized Root Residual*) dan NFI (*Normal Fit Index*).

4. PEMBAHSAN

Pada uji hipotesis ini akan difokuskan pada pengaruh langsung antar variabel. Analisis pengaruh langsung dapat menjelaskan hubungan antar variabel penelitian (variabel

laten). Variabel dimaksud yaitu Motivasi internal, Motivasi eksternal, Kepuasan wisatawan, dan Niat berkunjung kembali. Pengaruh langsung ditunjukkan oleh koefisien semua anak panah dengan satu ujung pada Gambar 1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh antar konstruk ditampilkan path koefisien *Bootstrapping* SMART PLS selain ditampilkan Gambar 1 berikut:



Gambar 1. berikut yang memuat koefisien jalur, koefisien T-statistik dan P-value.

Tabel 1. Path Coefficients, T-Statistics, P-Values Model Bootstrapping

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O-STDEV)	P values
X1 → Y1	0,181	0,182	0,082	2,197	0,014
X1 → Y2	0,207	0,202	0,085	2,430	0,008
X2 → Y1	0,692	0,695	0,082	8,441	0,000
X2 → Y2	0,328	0,339	0,158	2,071	0,019
Y1 → Y2	0,390	0,385	0,137	2,841	0,002

Pembahasan memuat perbandingan temuan penelitian ini dengan beberapa temuan penelitian terdahulu yang telah dijadikan acuan dalam pelaksanaan penelitian ini.

a. Pengaruh *Motivasi internal* Terhadap Kepuasan Wisatawan

Penelitian ini menemukan bahwa pengaruh *Motivasi internal* terhadap Kepuasan Wisatawan adalah positif yang signifikan. Hal ini mengandung makna semakin tinggi *Motivasi internal* maka semakin tinggi Kepuasan Wisatawan Pulau Nusa Penida. Temuan ini sejalan dengan temuan penelitian yang telah dilakukan oleh Suardana, (2016) yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

b. Pengaruh *Motivasi eksternal* Terhadap Niat berkunjung kembali Wisatawan

Penelitian ini menemukan pengaruh *Motivasi eksternal* terhadap kepuasan Wisatawan adalah positif dan signifikan. Hal ini mengandung makna semakin tinggi *Motivasi eksternal* maka semakin tinggi pula kepuasan Wisatawan Pulau Nusa Penida. Temuan ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Suryawan, (2016)

yang menyatakan bahwa *Motivasi eksternal* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan...

c. Pengaruh Kepuasan wisatawan Terhadap Niat berkunjung kembali Wisatawan

Penelitian ini menemukan pengaruh Kepuasan wisatawan terhadap Niat berkunjung kembali Wisatawan adalah positif dan signifikan. Hal ini mengandung makna semakin tinggi Kepuasan wisatawan maka semakin tinggi pula Niat berkunjung kembali Wisatawan Pulau Nusa Penida. Temuan ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Chi dan Qu (2008) menyebutkan bahwa kepuasan serta pengalaman merupakan indikator utama dalam niat berkunjung ulang pada sebuah destinasi dan selanjutnya Gotlieb, Grewal and Brown (1994) memperkuat bahwa kepuasan merupakan predictor terkuat dalam memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat pembelian kembali wisatawan. Temuan penelitian ini tidak sejalan dengan temuan penelitian oleh Enrique Bigne, Sanchez dan Andreu (2009) bahwa kepuasan tidak dapat menjadi ukuran untuk niat berkunjung kembali wisatawan..

d. Pengaruh *Motivasi internal* Terhadap Niat berkunjung kembali Wisatawan

Penelitian ini menemukan bahwa pengaruh *Motivasi internal* terhadap Niat berkunjung kembali Wisatawan adalah positif yang signifikan. Hal ini mengandung makna semakin tinggi *Motivasi internal* maka semakin tinggi Niat berkunjung kembali wisatawan Pulau Nusa Penida . Temuan ini sejalan dengan temuan penelitian yang telah dilakukan oleh Pratminingsih, Rudatin dan Rimenta (2014) menjelaskan bahwa motivasi merupakan predictor yang penting dalam pembentukan niat kunjungan ulang wisatawan, baik melalui internal maupun external.

e. Pengaruh *Motivasi eksternal* Terhadap Niat berkunjung kembali Wisatawan

Penelitian ini menemukan pengaruh *Motivasi eksternal* terhadap Niat berkunjung kembali Wisatawan adalah positif dan signifikan. Hal ini mengandung makna semakin tinggi *Motivasi eksternal* maka semakin tinggi pula Niat berkunjung kembali Wisatawan Pulau Nusa Penida . Temuan ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Yoon dan Usyal (2005) menyatakan bahwa dalam pasar yang kompetitif, keberhasilan sebuah destinasi dalam meningkatkan loyalitas wisatawan untuk datang kembali harus dipandu oleh analisis menyeluruh tentang motivasi wisatawan.

5. KESIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa baik motivasi internal maupun eksternal secara signifikan meningkatkan kepuasan wisatawan, yang pada gilirannya meningkatkan niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Pulau Nusa Penida. Motivasi internal dan eksternal keduanya berpengaruh positif terhadap kepuasan dan niat berkunjung kembali, dengan kepuasan wisatawan menjadi faktor paling dominan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan niat berkunjung kembali, pengelola wisata perlu fokus pada peningkatan motivasi internal dan eksternal serta kepuasan wisatawan, dengan perhatian khusus pada kepuasan wisatawan yang memiliki koefisien terbesar. Peningkatan kepuasan dapat dicapai dengan lebih mengoptimalkan motivasi eksternal karena pengaruhnya lebih dominan dibandingkan dengan motivasi internal.

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, H. 1998. *Consumer Behaviour and marketing Action*. International Thompson Publishing 6th Edition, New York
- Badan Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu. 2018, “Investasi Penanaman Modal di Kawasan Nusa Penida”, sumber: <http://dpmpstsp.klungkungkab.go.id>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2018, “Statistik Kunjungan Wisatawan”, sumber: www.bps.go.id/ diakses pada 20 januari 2019
- Basiya R.. & A.R. Hasan. 2012. “Kualitas Daya tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah”. *Dinamika Kepariwisata* Vol 11 No 2 : 2012 ISSN: 1696-7953
- Chen, C.F., & D.C. Tsai. 2007. “How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions” *Tourism management* 28(4), 1115-1122.
- Chi, C.G.Q., & H. Qu. 2008. “Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach “. *Tourism management*, 29(4), 624-636.
- Damayanti, I.A.K.W., I.N. Wijaya., I.N. Kanca. 2015. “Strategi Pengembangan Pulau Nusa penida Sebagai Kawasan Pariwisata yang Berkelanjutan”. *Jurnal Sosial dan Humaniora* , Vol 5, No 2, Juli 2015
- Darsana, I.W. 2011. “Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Kawasan Barat Pulau Nusa Penida Kabupaten Klungkung” (*tesis*). Denpasar : Universitas Udayana
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali. 2018, “Statistik kedatangan wisatawan ke Bali tahun 2017” sumber: www.disparda.baliprov.go.id/ diakses pada 10 desember 2018

- Enrique, B.J., I. Sanchez., L. Andreu. 2009. "The role of variety seeking in short and long run revisit intentions in holiday destinations", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. Emerald Group Publishing Limited, 3(2), pp. 103–115.
- Fandeli, C. 1995. *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty.
- Ghozali, H.I. 2011. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square PLS*. Edisi ke 3. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro Edisi Keempat.
- Gotlieb, J.B., D. Grewal., S.W. Brown. 1994. "Consumer Satisfaction and perceived quality: complementary or divergent constructs" *Journal of Applied Psychology*, 79(6), 875-885.
- Griffin, R.W., & R.J. Ebert. 2006. *Bisnis 8th Edition*. Jakarta : Erlangga
- Hanif, A., A. Kusumawati., M.K. Mawardi. " Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap loyalitas Wisatawan, Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung ke Kota Batu ". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 38 No 1 September 2016
- Horner, S & J. Swarbrooke. 2007. *Consumer Behaviour in Tourism* Second Edition. Oxford : Elsevier Ltd p.75-76
- Husein U. 2007. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada Ed. 8 Baru.
- Instruksi Presiden No. 9 Tahun 1969. Tentang Pariwisata dan Kepariwisata Nasional
- Irawan, H. 2007. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Paradigma baru merebut hati pelanggan untuk memenangkan persaingan*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Jang, S., & R. Feng. 2007. "Temporal destination revisit intention: The effects of novelty seeking and satisfaction". *Tourism management*, 28(2), 580-590.
- Kementerian Pariwisata Nasional. 2018. "Neraca Satelit Pariwisata Nasional 2017", sumber: www.kemenpar.go.id/userfiles/Nesparnaspdf/ diakses pada 10 desember 2018
- Keputusan Menteri Pariwisata No 24 Tahun 2014 Tentang Penetapan KPP Nusa Penida Bali
- Kotler, P. & K.L Keller. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit PT Indeks : Jakarta Ed12. Jilid 2.
- Kusmayadi dan Sugianto. 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta : PT. Gramedia Pusaka Utama
- Laurentina, M., P.R. Cristina., R.J. Cadima. 2017. "The relationship between destination's attributes, tourist satisfaction and destination loyalty in a cultural destination. *Revista*

Tur smo & Desenvolvimento Portugal” *Marketing and Tourism Journal* No 27/28, 2017, e-ISSN 2182-1453

- Mat Som, AP., A. Marzuki, M. Yousefil, A.M.A. Khalifeh. 2012. “Factors Influencing Visitors’ Revisit Behavioral Intentions: A Case Study of Sabah, Malaysia”. *International Journal of Marketing Studies. Published by Canadian Center of Science and Education* Vol. 4, No. 4; 2012 ISSN 1918-719X E-ISSN 1918-7203
- McIntosh, R. W., R.G. Charles, J.R.B. Ritchie. 1995. *Tourism : Principle, Practicies, Philosophies*. New York : Jhon Wiley and Sons 7th Edition
- McIntosh, R.W. 1980, *Tourism : Principles, Practices, Philosophies*. USA : Grid Inc, Ohio.
- Naisbitt, John. 1994. *Global Paradox*. New York: Morrow
- Nugroho, J.Setiadi. 2003. *Prilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana
- Oliver, Richard L. 1997. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Consumer*. International Edition, Singapore : McGraw Hill Inc. P126-128
- Page, J.S. 2005. *Tourism Management*. Italy: Elsevier Butterworth H.
- Patricia, S., O.D. Vallue, A. Julio, J. Mendes, M. Guerreiro. “ Tourist Satisfaction and Destination Loyalty Intention: A Structural and Categorical Analysis “ *International Journal of Business Science and Applied Management*, Vol 1, Issue 1, 2006.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 50 Tahun 2011 tentang rencana induk pembangunan kepariwisataan Nasional tahun 2010-2025
- Peraturan Perundang – Undangan Daerah, Surat Keputusan dan Website :**
- Pitana, I.G. & P. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Plog, S.C. 1974. “ Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity”. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol 14, No.4 p13-16
- Pratminingsih, S.A., C.L. Rudatin, T. Rimenta. 2014. “ Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention : A case of Bandung – Indonesia “. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Vol. 5, No. 1, February 2014
- Prayag, G. 2008. “ Image, Satisfaction and Loyalty : The Case of Cape Town “ . *Anatolia : An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 19 (2) : 205-24
- Purnami, A. & I.G.A.O. Suryawardani. 2018. “The Effect of the Quality of Services on the Visitors’ Satisfaction and Desire to Pay a Revisit to the Bali Pulina Agrotourism“. *E-Journal of Tourism Udayana University* Vol.5. No.2. (2018): 62-71 e-ISSN: 2407-392X. p-ISSN: 2541-0857

- Santoso, S., & L.N. Kartika. 2018. "Motivasi dan Prilaku Wisatawan Generasi Muda Saat Berwisata di Yogyakarta". *Journal Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana. JRMB*, Volume 13, No. 1, Juni 2018
- Suardana, I.W. 2016. "Motivation, Satisfaction, Trust And Loyalty: An Analysis Of Divers' Behavior". *International Journal of Multidisciplinary Educational Research* ISSN: 2277-7881; Impact Factor - 3.318; IC Value:5.16; ISI Value:2.286 Vol 5, Issue 4(1), April 2016
- Sudiarta, I.N. 2016. "The Effect Of Perceived Justice On Service Recovery Satisfaction And Behavioral Intentions: The Case Of Three Tourism Destinations In Bali". *International Journal Of Multidisciplinary Educational Research* ISSN: 2277-7881; Impact Factor – 3.318; IC Value:5.16; ISI Value: 2.286 Vol 5, ISSUE 4 (1), April 2016
- Sudiarta, I.N., W.S. Suprapti, I.P.G. Sukaatmadja. 2014. "Perception of Justice, Post Service Recovery Satisfaction, Intention to Revisit and Wom Recommendations of Foreign Tourists Visiting Bali". *E-Journal of Tourism, Udayana University* Vol.1. No.1. (2014): 25-34
- Suwena I.K., & I.G. Widyatmaja. 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar : Udayana University Press
- Trip Advisor's. 2019. "[TripAdvisor's Travellers' Choice Awards 2017](http://www.tripadvisor.com/)", sumber: www.tripadvisor.com/ diakses pada 10 desember 2018
- UNWTO *Tourism Highlights 2017 Edition*
- Wiranatha, A.S., I.G.A.O. Suryawardani, I.K.G. Bendesa, M. Antara. 2016. "Model of foreign tourists' loyalty on Marine Tourism to Visit Bali". *International Journal of Multidisciplinary Educational Research* ISSN : 2277-7881; Impact Factor – 3.318; IC Value: 5.16; ISI Value: 2.286 Vol 5, Issue 3(1), March 2016
- World Bank Organisation. 2018. "Economic Impact in Tourism", sumber: www.data.worldbank.org/ diakses pada 11 desember 2018.
- WTO. 1995. *Guidelines: Development of National Parks and Protected Areas for Tourism*
- WTTC *The Economic Impact of Global Travel & Tourism 2018 Edition*
- Yoon, Y., & M. Uysal. 2005. "An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model" *Tourism Management*, vol. 26, pp. 45-56, 2005.
- Yuksel, A., & F. Yuksel. 2007 "Shopping Risk Perceptions: Effects on Tourists' Emotions, Satisfaction and Expressed Loyalty Intentions". *Tourism Management* 28 (2007) pp. 703–713.