Website: ejournal.stkip-pgri-sumbar.ac.id/index.php/pelangi

PENGARUH DAYA TARIK, FASILITAS DAN AKSESIBILITAS TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN ASING BERKUNJUNG KEMBALI KE ALOITA RESORT DI KAB. KEP. MENTAWAI

Alfatory Rheza syahrul

STKIP PGRI Sumatera Barat

Alfatory_r@yahoo.com

INFO ARTIKEL

Diterima :01-01-2014

Disetujui :01-12-2014

Kata Kunci:

***daya tarik
fasilitas
aksesibilitas
wisatawan asing***

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik fasilitas dan aksesibilitas terhadap kunjungan wisatawan asing ke Aloita Resort di Kabupaten kepulauan Mentawai. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan asing yang ada pada saat penelitian dilakukan. Ukuran sampel yaitu sebanyak 50 responden, teknik penarikan sampel adalah dengan metode Accidental sampling. Jenis data yang digunakan bersumber dari data primer dan data skunder. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik yang digunakan untuk melakukan analisis adalah teknik analisa jalur atau yang dikenal dengan Path analysis. Untuk pengolahan data, penulis menggunakan computer dengan program SPSS versi 17.00. Hasil penelitian menunjukan bahwa daya tarik (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan asing berkunjung. fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap wisatawan asing untuk berkunjung dan aksesibilitas (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan asing berkunjung .

Abstract

Keywords:

This research aims to determine the effect of

***Attractiveness
accessibility of the
facility
foreign tourists***

attractiveness and accessibility of the facility to the visit of foreign tourists to Aloita Resort in the Mentawai Island regency. The population was all foreign tourists on the time of the research conducted. Samples were 50 respondents; sampling technique was accidental sampling method. The kinds of data used were primary and secondary data. Data were collected by using a questionnaire. The technique used to perform the analysis was an analytical technique known as path analysis. For data processing, the researcher, uses computer with SPSS version 17:00. The results shows that the attractiveness (X1) significantly affects the decision of foreign tourists to visit. Facilities (X2) significantly affects the foreign tourists to visit and accessibility (X3) significantly affects the decision of foreign tourists to visit.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara selain dari sektor migas yang sangat potensial dan mempunyai pengaruh besar dalam membangun perekonomian yang saat ini pertumbuhannya masih sangat lambat. Sektor pariwisata di Indonesia masih bisa untuk dikembangkan dengan lebih maksimal lagi. Pengembangan sektor pariwisata yang dilakukan dengan baik akan mampu menarik wisatawan domestik maupun wisatawan asing untuk datang dan membelanjakan uangnya dalam kegiatan berwisatanya. Berdasarkan transaksi itulah masyarakat daerah wisata akan terangkat taraf hidupnya serta negara akan mendapat devisa dari wisatawan asing yang menukar mata uang negaranya dengan rupiah. Banyak daerah bergantung kepada industri pariwisata sebagai sumber pajak dan

pendapatan untuk perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan. Oleh karena itu pengembangan industri pariwisata ini adalah salah satu strategi yang dipakai oleh organisasi non-pemerintah untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata untuk meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada orang non lokal, terutama di daerah Kabupaten Kepulauan Mentawai.

Pengembangan pariwisata lebih berorientasi ke pariwisata alternatif dan pariwisata ekonomi, di mana hal ini sudah dirasakan bahwa dari tahun ke tahun jumlah wisatawan terutama yang mengunjungi Kepulauan Mentawai terus meningkat sehingga penataan produk wisata harus dilakukan untuk menarik minat wisatawan. Adapun daya tarik yang sudah dimiliki oleh Aloita resort ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Objek Wisata di Aloita Resort

Jenis Wisata	Objek Wisata
Wisata minat khusus	Bahari, wisata alam
Wisata buatan	Panorama alam
Wisata Olah raga	<i>Snorkling, diving, surfing</i>

Sumber : Pemasaran Aloita Resort tahun 2011

Tabel 1.1 menunjukkan ada 3 jenis wisata yang terdapat di Aloita resort, yaitu wisata minat khusus, dimana daya tarik yang ditonjolkan adalah bahari dan wisata alam, kemudian wisata buatan seperti panorama alam yang bisa dinikmati oleh pengunjung serta wisata olahraga yang banyak diminati oleh wisatawan mancanegara, diantaranya *surfing, snorkling* dan *diving*. Wisata olah raga juga memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan pariwisata di Aloita resort.

Ada beberapa fenomena-fenomena yang tampak harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata diantaranya daya

tarik. Dimana daerah tujuan wisata dalam menarik wisatawan hendaknya memiliki daya tarik baik daya tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya, produk industri pariwisata yang terdiri dari macam-macam unsur yang merupakan satu paket tidak terpisahkan itu membentuk produk yaitu atraksi atau daya tarik yang merupakan segala bentuk yang unik pada daerah tertentu yang menjadi daya tarik orang-orang untuk berkunjung ke daerah tersebut.

Adapun beberapa data resort dan penginapan yang terdapat di Kepulauan Mentawai dapat kita lihat pada Tabel 1.2

Tabel 2. Banyaknya resort, Wisma dan Penginapan Menurut Kecamatan Tahun 2009-2010

KECAMATAN	RESORT	WISMA	PENGINAPAN	JUMLAH
Pagai selatan	1	O	0	1
Sikakap	0	O	7	7
Pagai utara	1	O	0	1
Sipora selatan	2	O	3	5
Sipora utara	2	O	5	7
Siberut selatan	0	O	3	3
Siberut barat	3	O	0	3

daya

Siberut tengah	0	O	0	0
Siberut utara	0	O	0	0
Siberut barat	1	O	3	4

Sumber: Dinas kebudayaan, pariwisata, pemuda dan olah raga kabupaten kepulauan Mentawai 2010

Tabel 1.2 terlihat di Kepulauan Mentawai terdapat 10 objek wisata atau destinasi yang memiliki potensi untuk dikembangkan baik wisata alam, wisata budaya maupun peninggalan bersejarah yang masih memerlukan perhatian dan penanganan serius Pemerintah Daerah.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti merumuskan “sejauh mana Daya tarik, Fasilitas, dan aksesibilitas terhadap wisatawan asing berkunjung kembali ke Aloita resort di Kab. Kep.Mentawai. Penelitian ini bertujuan menganalisis besarnya pengaruh daya tarik. Fasilitas dan aksesibilitas terhadap wisatawan asing berkunjung ke aloita resort di Kab. Kep.Mentawai.

Heath and Wall (1992), Faktor-faktor yang menjadi penentu keberhasilan dalam pengembangan suatu daerah tujuan wisata meliputi 3 faktor, yakni (1) tersedianya **daya tarik**, baik daya tarik alam termasuk pantainya (*natural attractions*) maupun daya tarik buatan manusia (*man made attractions*) termasuk objek-objek atau daya tarik lainnya yang memiliki keunikan di daerah tujuan wisata yang bersangkutan, (2) kemudahan untuk mencapai atau **aksesibilitas** menuju dan selama berwisata di daerah tujuan wisata

tersebut, dan (3) faktor-faktor yang memberikan kenyamanan (*convenience*) bagi wisatawan seperti tersedianya akomodasi, restoran dan bar, serta **fasilitas** penunjang wisata lainnya yang dibutuhkan untuk memudahkannya menikmati kunjungan di daerah tujuan wisata dimaksud.

Menurut Yoeti (2008), semua bentuk daya tarik wisata (*tourist attraction*), semua bentuk kemudahan untuk memperlancar perjalanan (*accessibilities*), dan semua bentuk fasilitas dan pelayanan (*facilities and services*) yang tersedia pada suatu daerah tujuan wisata yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan wisatawan selama mereka berkunjung di daerah tujuan wisata tersebut.

Menurut Mill (2000) daya tarik merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi wisatawan yang datang pada suatu daerah tujuan wisata. fasilitas fungsinya adalah untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjungi. Fasilitas merupakan faktor yang secara nyata mempengaruhi konsumen untuk mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Dengan tersedianya sarana maka akan

mendorong calon wisatawan untuk berkunjung dan menikmati objek wisata dengan waktu yang relatif lama, Aksesibilitas (*accessibilities*), yaitu semua yang dapat memberi kemudahan kepada wisatawan untuk datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata (DTW)

Kerangka konseptual adalah kesimpulan sementara dari tinjauan teoritis yang mencerminkan hubungan antara variabel yang sedang diteliti. Pada maka tujuan penelitian kerangka konseptual dapat ditemukan hipotesisnya yaitu:

1. Daya tarik berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan asing berkunjung kembali ke Aloita resort di Kabupaten Kep. Mentawai.
2. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan asing berkunjung kembali ke Aloita resort di Kabupaten Kep. Mentawai.
3. Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan asing berkunjung kembali ke Aloita resort di Kabupaten Kep. Mentawai.

METODE PENELITIAN

Ruang lingkup penelitian ini adalah mencakup tentang unsur-unsur penawaran pariwisata yaitu yang terdiri dari daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung para wisatawan asing ke Aloita resort.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan asing yang sedang

kerangka penelitian ini dikemukakan variabel yang akan diteliti, yaitu daya tarik (X1), fasilitas (X2), Aksesibilitas (X3) dan keputusan berkunjung (Y).

Berdasarkan uraian teoritis yang disajikan di atas maka dapat dirumuskan paradigma penelitian tentang pengaruh daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas terhadap keputusan wisatawan asing berkunjung kembali ke Aloita resort di Kab. Kep.

berkunjung ke Aloita resort yaitu pada saat peneliti melakukan penelitian. Jadi ukuran populasi mengacu pada data tingkat kunjungan terbaru yang diperoleh penulis.

Jadi jumlah sampel yang diambil sebanyak 150 responden. Namun jumlah sampel tersebut tidak terpenuhi karena peneliti melakukan penelitian diluar musim berkunjung wisatawan asing, jadi peneliti hanya mendapatkan 50 responden.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *non probability sampling* yakni proses pemilihan dimana teknik penarikan sampel yang memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel.

Untuk menghindari subyektifitas dalam penentuan sampel, maka sampel diambil dengan cara *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan

peneliti dapat digunakan sebagai sampel, dengan pertimbangan data yang didapat lebih objektif dan dapat mewakili karakteristik dari responden. Adapun karakteristik responden pada penelitian ini adalah berdasarkan jenis kelamin dan Negara asal.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan dengan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi sekumpulan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Untuk memperoleh data tentang pengaruh daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung dibuat instrumen penelitian pengukuran dalam bentuk *skala likert*.

Kemudian instrumen penelitian tersebut di uji validitas dan realibilitas. Secara sistematis, uji validitas ini menggunakan korelasi sederhana (*simple correlation*) dari Pearson yang dirumuskan sebagai berikut (Sujana, 1982 : 134), Sedangkan dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrument dikatakan reliable jika nilai Cronbach

Alpha lebih besar dari 0.6 (Imam Ghazali, 2006).

Uji normalitas menggunakan Metode Kolmogrov – Smirnov (Idris, 2008). Kriteria pada pengujian pada alfa ($\alpha = 0.05$) sebagai berikut :

1. Jika nilai sig. Uji Kolmogrov – Smirnov > 0.05 berarti distribusi data sampel dinyatakan normal
2. Jika nilai sig. Uji Kolmogrov – Smirnov < 0.05 berarti distribusi data sampel dinyatakan tidak normal

Uji homogenitas dilakukan untuk menguji apakah variasi kelompok populasi homogeny atau tidak, uji homogeny menurut Santoso (2000) dilakukan dengan Uji Levene, yaitu :

1. Jika nilai signifikan atau nilai probabilitas (p) < 0.05 (taraf kepercayaan 95 %), data yang digunakan adalah tidak homogeny
2. Jika nilai signifikan atau nilai probabilitas (p) > 0.05 (taraf kepercayaan 95 %), data yang digunakan adalah homogeny.

Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis jalur.

Gambar 1. Struktur Hubungan dan Pengaruh Variabel Eksogen Terhadap Variabel Endogen

Menentukan pengaruh dari satu variabel ke variabel lain baik secara langsung maupun tidak langsung

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengaruh Daya Tarik terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Aloita Resort

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh daya tarik yang signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Aloita resort. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh nilai signifikan daya tarik sebesar 0.013 Nilai ini lebih kecil dari 0.05. Ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa daya tarik berpengaruh secara

signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Aloita resort.

Berdasarkan analisis deskriptif diketahui bahwa daya tarik memiliki skor rata-rata sebesar 4.11 dengan TCR sebesar 82.11 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel daya tarik masuk dalam kategori **Baik**. Hal ini menunjukkan bahwa untuk datang ke Aloita resort, wisatawan asing tertarik terhadap daya tarik yang ada yaitu seperti, panorama alam yang indah, keindahan bawah lautnya, pantai pasir putih yang bagus, kebudayaan tradisional yang disajikan, ombak yang menantang, adanya instruktur selam yang berpengalaman serta lokasi selancar yang bagus.

b. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Aloita Resort

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh fasilitas yang signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Aloita resort. Variabel ini tidak signifikan karena mempunyai nilai sebesar 0.41 lebih kecil dari 0.05. Dari hasil ini berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Aloita resort.

Berdasarkan analisis deskriptif diketahui bahwa fasilitas memiliki skor rata-rata sebesar 4.04 dengan TCR sebesar 80.89 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas termasuk dalam kategori **Baik**, artinya fasilitas yang tersedia memadai dan sudah lengkap menurut wisatawan yang berkunjung, seperti penginapan yang bersih dan nyaman, penyajian makanan laut yang segar, peralatan- peralatan selam yang modern dan ditambah dengan adanya hiburan dan entertainment serta dengan adanya paket wisata yang komplit dan sesuai yang diinginkan wisatawan asing yang datang berkunjung.

c. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Aloita Resort.

Berdasarkan analisa deskriptif diketahui bahwa aksesibilitas memiliki skor rata-rata sebesar 3.97 dengan TCR mencapai 79.31 %. Hal ini menunjukkan

bahwa variabel aksesibilitas masuk kedalam kategori **Cukup**. Artinya, lokasi yang strategis, kemudahan akses informasi dan komunikasi, keamanan yang terjamin dan transportasi yang lancar merupakan salah satu faktor yang penting untuk meningkatkan jumlah wisatawan asing. Aksesibilitas dapat berupa promosi, komunikasi yang lancar serta adanya akses moda transportasi yang memadai.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Daya tarik berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan asing berkunjung ke Aloita resort. Wisatawan merasakan manfaat dari daya tarik wisata yang tersedia sehingga memberikan kesan yang positif dan membuat wisatawan berkeinginan untuk berkunjung kembali.
2. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan asing berkunjung ke Aloita resort. Objek wisata berada dalam kategori memuaskan dimana kondisi sarana dan prasarana pendukung yang memadai dirasakan sekali manfaatnya oleh wisatawan asing yang berkunjung..
3. Dilihat dari ketersediaanya sarana transportasi dan akses komunikasi yang cukup maka Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan asing untuk berkunjung kembali ke Aloita resort.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terbitnya tulisan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pihak STKIP PGRI Sumatera Barat khususnya pengelola jurnal Pelangi yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menulis di jurnal Pelangi. Selanjutnya penulis juga berterima kasih kepada para penyumbang sumber insirasi yang telah memerikan inspirasi bagi penulis untuk mengutip atau menggunakan tulisannya sebagai bahan referensi.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha dan Irawan, 1991. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi keempat. Liberty. Yogyakarta.
- . 1995. *Manajemen Bisnis Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- . 2000. *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE Yogyakarta
- Ben Hainim. 2000. *Manajemen Atraksi Wisata*. Sekolah Tinggi Pariwisata. Bandung
- Bilson Simamora, 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta
- . 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Buhalis, 2000. *Marketing The Competitive Destination of The Future Tourism Management*.
- Djarwanto. 1994. *Statistik Induktif*. Edisi keempat. BPFE. Yogyakarta
- Djaslim, Saladin, 2004. *Manajemen Pemasaran; Analisis Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*, Linda Karya, Bandung.
- Dinas Kebudayaan, 2010. *Profil Pariwisata Kabupaten Kepulauan Mentawai*. Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga. Kabupaten Kepulauan Mentawai
- Engel, J.F., Backwell, Roger D., & Paul W. Miniard, 1995. *Perilaku Konsumen*. Jilid II, Alih Bahasa Budiono FX, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Fandi Tjipjono, 1997. *Strategi Pemasaran*. Andi. Yogyakarta
- Hawkins, Del I., Roger J. Best, dan Kenneth A. Coney, 2001. *Consumer Behavior: Building marketing Strategy*. McGraw Hill. USA.
- Heath, E. and G. Wall. 1992. *Marketing Tourism Destinations, A Strategic Marketing Planning Approach*. New York: John Wiley and Sons, Inc
- Hunt, J. D. 1975. *Image: A Factor of Tourism Development*. *Journal of Travel Research*.

- Idris.2008. Aplikasi SPSS dalam Analisis Data Kuantitatif.Edisi revisi II, UNP. Padang.
- Imam Ghozali, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Jefkins, Frankin, 1996, *Periklanan*, Erlangga : Jakarta
- Jeni Kamase, 2008 “Variabel-variabel yang berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara dan Implikasinya Terhadap Segmentasi Pasar, Targeting dan Positioning (studiPada Daerah Tujuan Wisata Sulawesi Selatan)” Jurnal Aplikasi manajemen, Volume 6 NO 1.April .
- Juanim, 2004,” *Analisis Jalur Dalam Riset Pemasaran, Teknik Pengolahan Data SPSS dan Lisrel*”, Fakultas Ekonomi UNPAS, Bandung
- Kartawan. 2008. “Menumbuhkan Perekonomian Melalui Pembangunan Pariwisata”.Online jurnal (<http://ejournal.gunadarma.ac.id/files/kartawan-43-45.pdf>). Online.
- Kotler, P., J. Bowen and J. Makens. 1999. “*Marketing for Hospitality and Tourism*”. New Jersey: Prentice-Hall International Inc.
- Kotler, Philip, 2000. ”*Principles of Marketing*”. Prentice/Hall International, Inc., London
- .2003. *Manajemen Pemasaran; “Analisis Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian”*.Jilid 1 Edisi keenam.Terjemahan oleh Jaka Wasana.Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller, 2007.*Manajemen Pemasaran*. Jilid 1.Indeks. Jakarta.
- .2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2.Indeks. Jakarta
- Kotler, Philip dan Amstrong Garry, 2001.*Prinsip-Prinsip Pemasaran*.Jilid 2 Edisi Kedelapan.Erlangga. Jakarta.
- .2001. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid Kedelapan. Indeks. Jakarta
- Mangkunegara, A.A dan Prabu, A. 2000.*Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. PT. Rafika Aditama. Bandung.
- Marwan Asri, 1991. *Marketing*.Cetakan 2.UPP- AMP YKPN. Yogyakarta
- Mill, Robert Christie, 2000, ”*Tourism, The International Business*”. terjemahan Tri Budi Satrio, Penerbit Raja Grafindo. Jakarta.
- Nugroho Setiadi J., 2003.”*Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*”. Prenada Media. Jakarta
- Pendit. Nyoman S. 2003, *Ilmu Pariwisata*, penerbit Pradnya paramita, Jakarta.

- Peter, J.P. dan Olson, J.C. 1996. *Consumer Behavior : "Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran"*. Jilid II. Edisi IV. Terjemahan oleh Damos Sihombing dan Peter Remi Yossi Pasla. 2000. Erlangga. Jakarta.
- Prasetijo, R. dan Ihalauw J.J.O.I. , 2005. *Perilaku Konsumen*. Andi. Yogyakarta.
- Rhenald Kasali, 1993, *Manajemen Periklanan : "Konsep dan Aplikasinya di Indonesia"*. Pustaka Utama Grafiti. Jakarta
- . 1999, *Manajemen Periklanan; "Konsep dan Aplikasinya di Indonesia"*. PT. Temprint. Jakarta
- Riduwan Akdon, 2007. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik*. CV. Alfabeta, Bandung
- Saladin Djaslim, 2004. *Manajemen Pemasaran : "Analisis Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian"*. Linda Karya. Bandung.
- Salah Wahab, 1997. *Tourism Management*. PT. Pradnya Paramita. Jakarta.
- Schiffman, L.G. dan Kanuk, L.L. 2000. *Consumer Behaviour : "Perilaku Konsumen"*. Edisi ketujuh. Terjemahan oleh Zulkifli Kasip. 2004. Indeks. Jakarta.
- . 2008. *Perilaku Konsumen*, Edisi ketujuh. Indeks. Jakarta.
- Sudarmiatin, 2006. "Pengaruh Atribut Objek Wisata, Promosi dan Karakteristik Individu Terhadap image Konsumen dan Pengambilan Keputusan Berkunjung (studi Empiris pada Objek Wisata Alam Provinsi Jawa Timur)". *Journal Aplikasi manajemen*, 4(2).
- Solomon, Michael R, 2004. *Consumer Behavior : "Buying, Having, Being"*. 4th Ed., Prentice Hall. New Jersey.
- Spillane, 1987. *Ekonomi Pariwisata : "Sejarah dan Prospeknya"*. Kanisius. Yogyakarta.
- Stanton, William, 1996. *Prinsip Pemasaran I*. Terjemahan Lamarto dan Yohanes, Erlangga. Jakarta.
- Soekadijo, 1997. *Anatomi Pariwisata*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.
- Suharsimi Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Sutisna, 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi 2. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Sutisna, 2003. *Pemasaran*. Prenada Media. Jakarta

- Suwantoro, 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi. Yogyakarta
- implementasi”, penerbit Buku Kompas. Jakarta.
- Swarbrooke, 1999. “*Consumer Behaviour in Tourism*”. Butterworth Heinemann. Oxford
2000. “*Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*”. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- _____, 2008, *Ekonomi Pariwisata: “Introduksi, informasi dan*